

RAPPORT ANNUEL 2006



Innover chaque jour

SOMMAIRE

- 2 Message du Président du Directoire
- 4 Gouvernement d'entreprise
- 6 Dirigeants des principales filiales du Groupe
- 7 Dates clés du Groupe
- 8 Carnet de l'actionnaire
- 12 Chiffres clés
- 14 Message du Vice-Président du Directoire, Directeur Général des antennes et contenus
- 16 Faits marquants
- 18 Audiences
- 22 Année publicitaire 2006
- 26 **M6, UNE ENTREPRISE RESPONSABLE**
- 28 Responsabilité en matière de développement économique
- 34 Responsabilité sociétale et environnementale
- 42 Responsabilité en matière sociale
- 48 **ANTENNE M6**
- 50 Produire
- 52 Informer
- 56 Accompagner
- 58 Divertir
- 60 S'amuser
- 62 Rêver
- 66 Partager
- 68 **CHAÎNES NUMÉRIQUES**
- 70 Télévision de complément
- 72 W9
- 74 Paris Première
- 76 Téva
- 78 M6 Music
- 78 TF6
- 79 Série Club
- 79 Fun TV
- 80 **DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS**
- 82 Pôle Interactions
- 86 Pôle Interactivité
- 92 Pôle Droits audiovisuels
- 96 Pôle Vente à distance
- 100 Football Club des Girondins de Bordeaux
- 102 **CANAL+ FRANCE**
- 104 **RAPPORT FINANCIER**
- 107 Rapport de gestion
- 155 Informations financières
- 225 Informations juridiques

MESSAGE DU PRÉSIDENT DU DIRECTOIRE

Une nouvelle année de croissance

Le Groupe M6 a battu en 2006 ses niveaux records de résultats en 2005. Ainsi, le chiffre d'affaires consolidé, au titre des activités poursuivies (hors TPS), s'est établi à 1283,4 M€ contre 1079,9 M€ en 2005, en croissance de 18,8%, permettant au Groupe de dégager un résultat opérationnel courant en progression de 0,8%, à 223,0 M€ contre 221,1 M€ en 2005. Le Résultat Net des activités poursuivies atteint 152,3 M€ contre 151,2 M€, en hausse de 0,8%. Le Résultat Net Part du Groupe, à 408,5 M€, reflète l'impact financier positif de l'opération de rapprochement des activités de télévision payante.

Au-delà d'un niveau de résultats records, 2006 a été une année de transformation pour le Groupe M6. Dans un marché toujours plus bataillé et éparpillé, le Groupe a pris des décisions stratégiques pour maintenir et conforter son statut de co-leader de la télévision privée en clair en France.

La première décision fut d'investir significativement dans de nouveaux programmes, et en particulier les sports (Coupe du Monde de Football) et le prime time (*Prison Break*): avec une hausse de 17,1% de notre coût de grille (+5,8% hors Coupe du Monde), le pari était significatif. Nous l'avons gagné : cette année, 132 soirées ont réuni plus de 4 millions de téléspectateurs, contre 90 soirées en 2005. En même temps que nous renforçons la puissance

de la chaîne, notamment en soirée, nous avons réussi l'élargissement de nos audiences en particulier sur le public des plus de 35 ans.

La deuxième décision fut d'accélérer la montée en puissance des autres chaînes du Groupe, avec des investissements notamment dans le développement de W9, Paris Première et Téva. Le succès de W9 n'est pas sans rappeler celui de M6 à ses débuts : une chaîne innovante, différenciée, délibérément centrée sur les publics jeunes.

Ces développements réussis nous permettent, sous la responsabilité de Thomas Valentin, d'accélérer le déploiement d'une stratégie de programmation multichânes innovante, et efficace pour nos clients annonceurs.

C'est ainsi qu'à la fin 2006, le Groupe M6 pouvait afficher une part d'audience Groupe de 13,6% sur les individus 4 ans et plus, soit 1,7 points de plus qu'il y a 10 ans, alors même que l'offre multichânes s'est considérablement développée en France, notamment avec l'essor de la télévision numérique terrestre et de l'ADSL.

Ces très belles performances en termes de programmes se traduisent par des recettes publicitaires en hausse de 3,9%. Cette surperformance est le fruit du travail en profondeur engagé par les équipes de la régie publicitaire, sous l'autorité de Catherine Lenoble. La régie, s'est en



effet rapidement adaptée à la nouvelle donne du marché publicitaire français, en proposant une offre plurimédias TV + Internet.

Par ailleurs, 2006 restera comme une année décisive concernant la présence de M6 dans l'industrie de la TV payante en France.

Il y a 10 ans, nous participions à la création de TPS, challenger de ce qui était alors un monopole, Canal+.

10 ans après, nous sommes heureux et fiers d'avoir dynamisé ce marché important, et d'avoir poussé à la création d'un groupe de TV payante, Canal+ France dont nous possédons 5,1%. Avec l'opération de fusion TPS/C+, M6 a réglé une question stratégique et peut désormais se consacrer à son métier d'éditeur, après avoir contribué par ses dix années d'actionnaire de TPS à une création de valeur importante.

Enfin, en 2006, le Groupe a jeté les bases de son développement à venir dans les nouveaux métiers de l'internet. C'est le sens de notre premier investissement dans le commerce électronique, avec l'acquisition de Mistergooddeal, pleinement intégré au Groupe en 2006.

Aujourd'hui, le pôle de Vente à distance du Groupe M6 affiche l'une des plus fortes rentabilités sur ce segment en France, et des taux de croissance élevés. Cet actif stratégique, efficacement combiné avec nos activités de télévision commerciale, a les moyens de devenir l'un des acteurs les plus innovants du commerce électronique en France.

En dehors de la Vente à distance, les autres activités internet du Groupe, plus directement rattachées à notre cœur de métier, ont connu une croissance spectaculaire, et génèrent désormais près de 10% de notre résultat opérationnel courant. Que ce soit les 767 000 clients de M6 mobile by Orange, les 5,2 millions de visiteurs uniques atteints par les sites du Groupe en décembre, nos activités de sites communautaires, les succès de M6 dans l'internet signalent la qualité de nos fondamentaux, et notre aptitude à travailler des marchés en croissance rapide. La puissance de notre marque, notre habitude à produire des contenus de qualité et à générer des audiences fortes, seront des atouts décisifs pour réussir notre développement dans cette industrie.

Qu'il s'agisse de l'offre télévisuelle en mobilité, des services naissants de vidéos et programmes audiovisuels en ligne, et de l'appétit croissant des consommateurs pour des contenus et services de qualité (« premium ») en ligne, le Groupe M6 saura se donner les moyens de son développement.

Fort de ces résultats, c'est avec beaucoup d'enthousiasme que le Groupe aborde les prochaines années. Nous sommes résolu à pousser notre avantage compétitif dans notre cœur de métier, la télévision, comme dans les nouveaux médias et services Internet. Cet avantage compétitif réside entièrement dans notre

code génétique : nous sommes un groupe d'entrepreneurs en médias, soutenus par les mêmes actionnaires et partenaires depuis bientôt 20 ans. Qu'il me soit permis de les remercier ici, et tout particulièrement RTL Group, la Compagnie Nationale à Portefeuille, et les investisseurs institutionnels et privés. Avec l'engagement de toutes les équipes de M6, leur confiance est une condition sine qua non de notre performance.

Nicolas de Tavernost



GOVERNEMENT D'ENTREPRISE



Les membres du
Directoire (de gauche
à droite) :
Nicolas de Tavernost,
Thomas Valentin,
Catherine Lenoble
et Éric d'Hotelans

LE DIRECTOIRE

Le Directoire est l'instance collégiale en charge de la gestion du Groupe M6 et de la conduite de ses activités. Nommé pour une durée de 5 ans, il est composé de 4 membres, personnes physiques désignées par le Conseil de Surveillance, salariées du Groupe Métropole Télévision et d'un âge inférieur à 65 ans, et se réunit une fois par semaine. La composition du Directoire est représentative des différents métiers du Groupe M6.

Les membres du Directoire

Nicolas de Tavernost
Président du Directoire
1^{er} mandat : 26 mai 2000
Échéance : 2010

Thomas Valentin
*Vice-Président
du Directoire
Directeur Général
des antennes
et contenus*
1^{er} mandat : 26 mai 2000
Échéance : 2010

Éric d'Hotelans
*Vice-Président
du Directoire
en charge des activités
de gestion*
1^{er} mandat :
14 novembre 2003
Échéance : 2010

Catherine Lenoble
*Membre du Directoire
Directeur Général
de M6 Publicité*
1^{er} mandat :
28 janvier 2001
Échéance : 2010

LE COMITÉ EXÉCUTIF

Le Comité Exécutif, acteur opérationnel de la société, notamment en matière d'anticipation des principaux risques liés aux opérations, se réunit deux fois par mois. Il est composé de 19 membres, dont le Directoire, et il regroupe les représentants des principales directions fonctionnelles et opérationnelles du Groupe.

Les membres du Comité Exécutif

Nicolas de Tavernost
Thomas Valentin
Éric d'Hotelans
Catherine Lenoble

Bibiane Godfroid
*Directeur Général
des Programmes de M6*

Christopher Baldelli
*Président de
M6 Thématique*

Régis Ravanans
*Directeur Général Adjoint
des Programmes de M6*

Philippe Bony
*Directeur Général Adjoint
des Programmes de M6*

Lionel Aboudaram
*Directeur Général
Adjoint de M6 Publicité*

Bernard Majani
*Directeur des
Acquisitions*

Émilie Pietrini
*Directeur de
la Communication*

Jérôme Lefébure
*Directeur Administratif
et Financier*

Delphine Cazaux
*Directeur de
l'Organisation et des
Ressources Humaines*

Michel Rey
*Directeur Général Adjoint
Secrétaire Général*

**Nathalie-Camille
Martin**
Directeur Juridique

Marc Roussel
*Directeur Logistique
et Moyens Techniques*

**Michelle Garrigues-
Fredet**
*Directeur des Systèmes
d'Information*

Karine Blouët
*Directeur des Relations
Institutionnelles*

Yann de Kersauson
*Secrétaire du Comité
Exécutif - Responsable
de la Coordination
Présidence du Directoire*

LE CONSEIL DE SURVEILLANCE

Le Conseil de Surveillance assure son rôle de contrôle de la gestion de la société conformément à la loi et aux statuts. Il se réunit aussi souvent que l'intérêt du Groupe l'exige, au minimum une fois par trimestre, et rassemble des personnalités de premier plan.

Les membres du Conseil de Surveillance, nommés par l'Assemblée Générale, sont choisis et reconnus pour leur compétence, leur expérience, leur complémentarité et leur capacité à s'impliquer dans l'exercice du contrôle permanent de la gestion conduite par le Directoire.

Au 31 décembre 2006, le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision comprend 11 membres, nommés pour une durée de 4 années, dont 5 membres indépendants, au regard des critères d'indépendance fixés par le « rapport Bouton », soit au moins un tiers de ses membres.

Au cours de l'année 2006, le Conseil de Surveillance s'est réuni cinq fois. Le taux de participation aux réunions a été de 80%.

2 comités spécialisés permanents ont été institués au sein du Conseil de Surveillance.

Le Comité d'Audit

Il examine les comptes du Groupe et les conclusions des Commissaires aux Comptes. Il est composé de 3 membres du Conseil de Surveillance, qui ont tous une compétence financière ou comptable, et se réunit au moins deux fois par an. En 2006, il s'est réuni trois fois, et le taux de participation a été de 100% :

- Guy de Panafieu, *président, en poste depuis le 18 février 2004 (membre indépendant),*
- Rémy Sautter, *membre, en poste depuis le 26 mai 2000,*
- Elmar Heggen, *membre, en poste depuis le 22 novembre 2006.*

Le Comité des Rémunérations et des Nominations

Il propose les rémunérations des membres du Conseil de Surveillance et du Directoire, examine les plans de souscription ou d'achat d'actions et s'assure que la notion de membre indépendant du Conseil de Surveillance est respectée. Il est composé de 2 membres du Conseil de Surveillance, qui ont tous deux une expérience managériale de premier plan, et se réunit au moins une fois par an. En 2006, il s'est réuni trois fois, avec un taux de participation de 100% :

- Gérard Worms, *président, en poste depuis le 26 mai 2000 (membre indépendant),*
- Gerhard Zeiler, *membre, en poste depuis le 30 avril 2003.*

Les membres du Conseil de Surveillance

Albert Frère

Président du Conseil de Surveillance
Président du Conseil d'Administration du Groupe Bruxelles Lambert (Belgique)
1^{er} mandat : mai 2000
Échéance : 2008 (membre indépendant)

Gérard Worms

Vice-Président du Conseil de Surveillance
Vice-Président de Rothschild Europe
1^{er} mandat : mai 2000
Échéance : 2008 (membre indépendant)

Guy de Panafieu

Vice-Président du Conseil de Surveillance
Senior Advisor de Calyon Corporate and Investment Bank
1^{er} mandat : février 2004
Échéance : 2008 (membre indépendant)

Gerhard Zeiler

Membre du Conseil de Surveillance
Président de RTL Group
1^{er} mandat : mars 2002
Échéance : 2008

Rémy Sautter

Membre du Conseil de Surveillance
Président du Conseil de Surveillance de RTL Radio
1^{er} mandat : mai 2000
Échéance : 2008

Bernard Arnault

Membre du Conseil de Surveillance
Président Directeur Général de LVMH
1^{er} mandat : février 2004
Échéance : 2008 (membre indépendant)

Vincent de Dorlodot

Membre du Conseil de Surveillance
Secrétaire Général de RTL Group
1^{er} mandat : mars 2004
Échéance : 2008

Axel Duroux

Membre du Conseil de Surveillance
Président du Directoire de RTL France
1^{er} mandat : février 2007
Échéance : 2008

Jean Laurent

Membre du Conseil de Surveillance
Président du Conseil d'Administration de Calyon
1^{er} mandat : février 2004
Échéance : 2008 (membre indépendant)

Constantin Lange

Membre du Conseil de Surveillance
Président de RTL Interactive
1^{er} mandat : mars 2006
Échéance : 2008

Elmar Heggen

Membre du Conseil de Surveillance
Directeur Financier de RTL Group
1^{er} mandat : novembre 2006
Échéance : 2008

DIRIGEANTS DES PRINCIPALES FILIALES DU GROUPE

ANTENNE M6

PUBLICITÉ

M6 Publicité

Catherine Lenoble

PRODUCTION AUDIOVISUELLE

C. Productions

Jérôme Bureau

W9 Productions

Christopher Baldelli

Studio 89 Productions

Christopher Baldelli / Florence Duhayot

PRODUCTION CINÉMA

M6 Films

Philippe Bony

CHAÎNES NUMÉRIQUES

M6 Thématique

Christopher Baldelli

W9

Frédéric de Vincelles / Pierre Robert

Paris Première

Jacques Expert

Téva

Catherine Schöfer

M6 Music Hits / Black / Rock

Nicolas Gicquel

Fun TV

Pierre Robert

TF6 (50%) / Série Club (50%)

Vincent Broussard

DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

ÉDITION, DISQUE ET VIDÉO

M6 Interactions

Éric d'Hotelans / Pascal Bourdette

M6 Événements

François Vincent

INTERACTIVITÉ

M6 Web

Xavier Marvaldi

DROITS AUDIOVISUELS

Soc. Nouv. de Distribution (SND)

Thierry Desmichelle

Mandarin Films / SNC

Philippe Bony

TCM Droits audiovisuels

Anne Boudard

M6 Studio

Natalie Altmann

VENTE À DISTANCE

Home Shopping Service

Gilles Labouyrie / Eric Oudet

Mistergooddeal.com

Guillaume Clavel / Nicolas Berloty

FOOTBALL

M6 Foot (FC Girondins de Bordeaux)

Jean-Louis Triaud / Alain Deveseleer

DATES CLÉS DU GROUPE

1987 • Métropole Télévision reçoit l'autorisation d'exploiter le 6^e réseau hertzien, le 1^{er} mars. À 11 h 15, M6 diffuse sa 1^{re} image.

1992 • Création de M6 Interactions qui commercialise les produits dérivés. M6 boucle son 1^{er} exercice bénéficiaire.

1994 • L'action M6 est introduite au 2^e Marché de la Bourse de Paris.

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

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

20 ans, l'âge de l'audace et de la maturité

En vingt ans, « la petite chaîne qui monte » est devenue un groupe multimédia puissant qui s'appuie sur une marque forte : une famille de 9 chaînes numériques complétée par des diversifications en plein essor. Précurseur en matière de diversifications, le Groupe M6 est présent dans tous les domaines : production de

programmes, coproduction de films, distribution cinématographique, édition, disques, téléphonie, sites Internet, vente à distance, football...

Cette montée en puissance est le fruit d'une prise de risque permanente, d'un état d'esprit jeune et dynamique et d'une synergie de groupe efficace !

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

2001 • Lancement de *Loft Story*, 1^{re} expérience de télé-réalité.

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

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



2005 • M6 devient le 1^{er} diffuseur en clair de la Coupe du Monde de la FIFA 2006 (en nombre de matchs). Acquisition de mistergooddeal.com, un des leaders du e-commerce en France.

2006 • À l'occasion de ses 10 ans, m6.fr lance des services communautaires innovants.

W9 fête son 1^{er} anniversaire. Paris Première fête ses 20 ans. Autorisation de rapprochement des activités de télévision payante en France du Groupe Canal+ et de TPS. Téva fête ses 10 ans. M6 signe un protocole de rachat à 100% de la chaîne en fin d'année.



CARNET DE L'ACTIONNAIRE

INFORMATIONS BOURSIÈRES

Dénomination sociale:
Métropole Télévision

Code ISIN:
FR0000053225

Code Reuters:
MMTP.PA

Code Bloomberg:
MMT: FP

Capital social:
52 755 476 €
composé de
131 888 690 actions
d'une valeur nominale
de 0,40 € de même
catégorie intégralement
souscrites et libérées

Marché de cotation:
Compartiment A
de l'Eurolist d'EURONEXT
Paris (sociétés dont la
capitalisation boursière
moyenne est supérieure
à 1 milliard d'euros)

Date de 1^{re} cotation:
28 septembre 1994

Éligible au SRD:
oui

INDICES BOURSIERS

L'action M6 fait partie
des indices SBF 80,
SBF 120, SBF 250,
EURONEXT 100, IT GAC,
CAC MID 100,
CAC MID&SMALL 190,
CAC Media,
CAC Consumer Serv.
et MSCI Media.

L'action est intégrée
dans la composition
de 27 des indices DJ
STOXX®, et notamment
des 2 indices sectoriels
DJ Euro Stoxx Media et
DJ Stoxx 600 Media, qui
regroupent
respectivement
les 19 et les 37 valeurs
européennes de médias
les plus importantes.

POLITIQUE D'INFORMATION ET DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

En vue d'établir et d'entretenir un contact fréquent avec les actionnaires et l'ensemble de la communauté financière, de nombreuses rencontres ont été organisées au cours de l'année 2006 :

- des réunions de présentation des résultats annuels et semestriels,
- des contacts téléphoniques lors de la communication des chiffres d'affaires trimestriels.

Par ailleurs, le Groupe a entrepris d'aller à la rencontre de la communauté financière, en France et à l'étranger, à l'occasion de *roadshows* ou de conférences investisseurs. Enfin, de nombreux rendez-vous individuels avec des analystes, investisseurs, gérants ont eu lieu en 2006.

Afin d'améliorer la qualité et l'accessibilité de l'information fournie, la version anglaise du site Internet, www.m6finances.com, dédié aux finances du Groupe, a été mise en ligne au cours de l'année 2006.

Ce site est régulièrement alimenté, en français et en anglais, des documents de référence, dernières publications, présentations, communiqués, statuts...



Conformément à la directive Transparence, le site a été réorganisé pour faire apparaître une rubrique dédiée à « l'information réglementée ». Les communiqués ainsi que le document de référence sont par ailleurs disponibles sur le site de l'AMF : www.amf-france.org.

En application de la directive Transparence, transposée par la loi du 26 juillet 2005, dite « Loi Breton », et ayant donné lieu à des modifications du Règlement Général de l'AMF, publiées au JO du 28 septembre 2006, le Groupe M6 :

- s'est conformé en 2006 aux nouvelles obligations en matière de publication mensuelle des droits de vote et du nombre d'actions composant le capital social,
- procédera, à compter du 20 janvier 2007, à la diffusion, la publication et l'archivage de l'information réglementée selon les nouvelles modalités requises.

Enfin, l'Assemblée Générale constitue un moment privilégié de dialogue et d'échange entre le Groupe et ses actionnaires. Un dossier de convocation est adressé aux actionnaires inscrits au registre nominatif et envoyé sur demande à tous les actionnaires.

En 2006, le cours de l'action M6 a enregistré une hausse de +15,6%, surperformant ainsi l'indice DJ Euro Stoxx Media (+7,2%).

Évolution comparée du cours de l'action M6

et des indices Euronext 100 et DJ Euro Stoxx Media depuis le 1^{er} janvier 2006

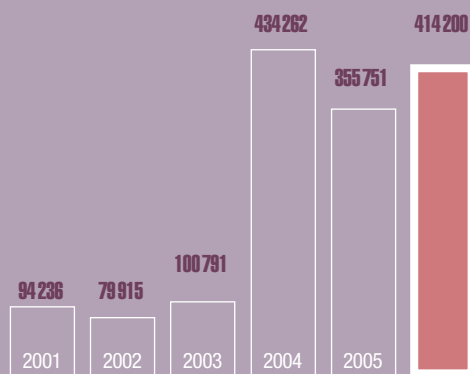


Données boursières depuis 2001

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Nombre d'actions	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690
Plus haut annuel (en €)	44,21	35,50	27,68	29,30	25,07	27,52
Plus bas annuel (en €)	13,75	19,50	14,25	18,94	19,12	22,29
Dernier cours de l'année (en €)	32,00	20,89	26,02	20,90	23,40	27,06

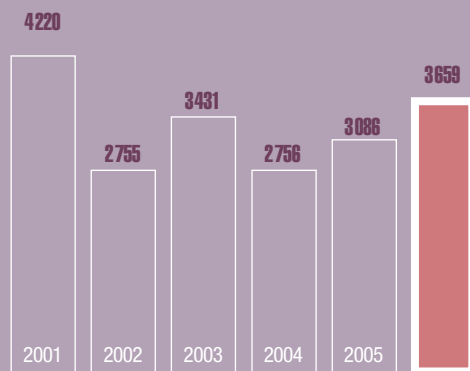
Volumes moyens quotidiens

(en nombre de titres)



Capitalisation boursière

au 31 décembre (en millions d'euros)

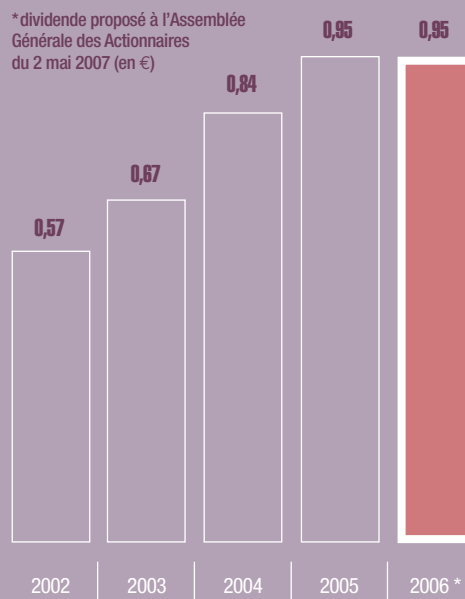


Source: Euronext

Dividende net par action (en €)

Un dividende en croissance, un rendement élevé

* dividende proposé à l'Assemblée Générale des Actionnaires du 2 mai 2007 (en €)



Taux de distribution

(en % du Résultat net part du Groupe)

67%	67%	80%	80%	82% *
-----	-----	-----	-----	-------

(* en % du Résultat net des activités poursuivies)

Taux de croissance du dividende sur l'année

-	17,5%	25,4%	13,1%	-
---	-------	-------	-------	---

Taux de rendement

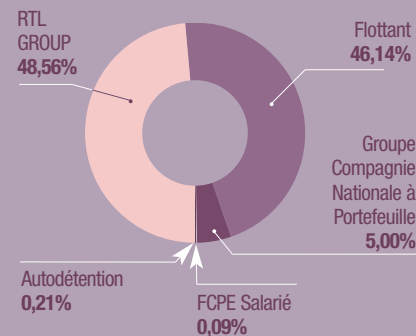
(calculé sur le dernier cours coté de l'année)

2,73%	2,57%	4,02%	4,10%	3,51%
-------	-------	-------	-------	-------

Répartition du capital

au 31 décembre 2006

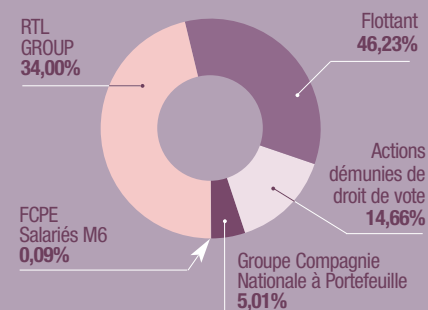
(selon enquête Euroclear des titres au porteur)



Répartition des droits de vote

au 31 décembre 2006

(selon enquête Euroclear des titres au porteur)





LES RENDEZ-VOUS DE L'ACTIONNAIRE EN 2007

(CALENDRIER INDICATIF)

Jeudi 1^{er} février
Publication du chiffre
d'affaires annuel 2006.

Lundi 5 mars
Publication des résultats
annuels 2006.

Mercredi 2 mai
Publication de l'information trimes-
trielle du 1^{er} trimestre 2007.
Assemblée Générale Mixte des
actionnaires.

Vendredi 4 mai
Mise en paiement du
dividende de l'exercice 2006.

Lundi 23 juillet
Publication du chiffre
d'affaires et des résultats du
1^{er} semestre 2007.

Mercredi 7 novembre
Publication de l'information
trimestrielle du 3^e trimestre 2007.

*Ce calendrier indicatif est actualisé
sur le site Internet.*

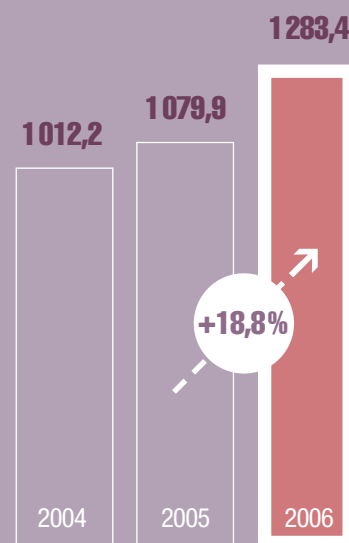
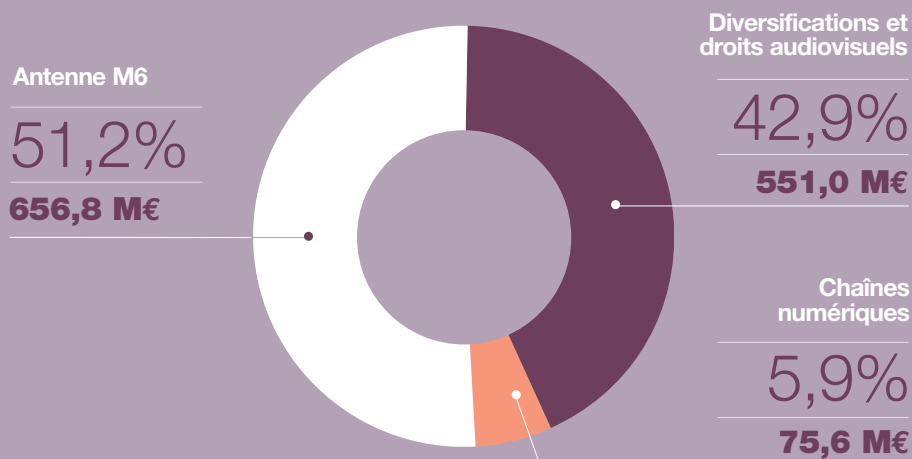
- *Pour suivre l'actualité financière
du Groupe M6 :*
<http://www.m6finances.com>
- *Contacts Relations Investisseurs :*
actionnaires@m6.fr

Guy Lagache

CHIFFRES CLÉS

Une année de croissance et d'investissements

Répartition du chiffre d'affaires (en M€)



Chiffre d'affaires consolidé des activités poursuivies
(hors TPS, en M€)

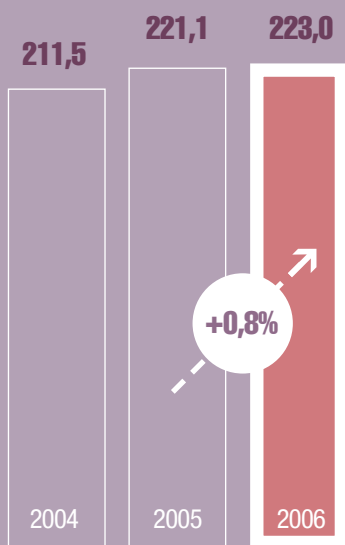
1283,4

millions d'euros de chiffre d'affaires consolidé (hors TPS, en M€)

Structure financière (en M€)

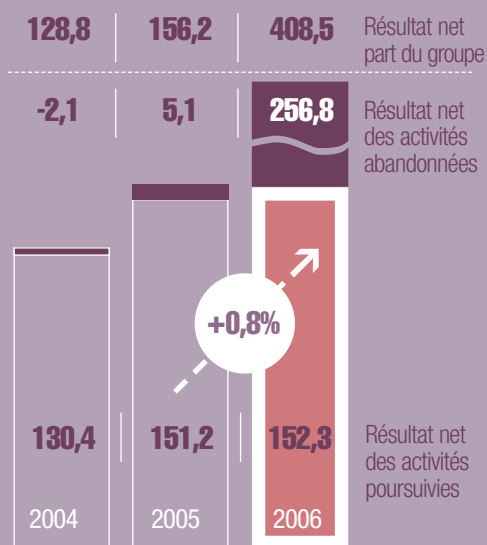
	2004	2005*	2006*
Capitaux propres part du Groupe	441,3	504,1	800,2
Endettement financier	8,3	0,3	53,0
Trésorerie brute	211,5	243,1	250,7

(*) activités poursuivies



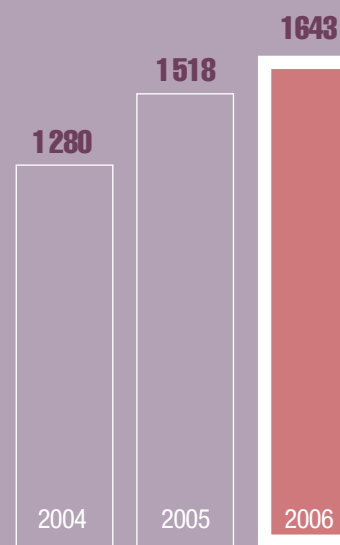
Résultat opérationnel courant consolidé des activités poursuivies
(hors TPS, en M€)

17,4%
de marge opérationnelle courante



Résultat net part du groupe (en M€)

11,9%
de marge nette (activités poursuivies)



Effectifs permanents

1 643
employés permanents



**MESSAGE DU
VICE-PRÉSIDENT
DU DIRECTOIRE,
DIRECTEUR
GÉNÉRAL
DES ANTENNES
ET CONTENUS
DU GROUPE**



2006 a été une année charnière pour M6 : la chaîne est entrée à 20 ans dans l'âge adulte.

M6 aborde cette nouvelle maturité sur un mode offensif. Désormais sur le podium des grandes chaînes, M6 a été en 2006, la seule chaîne nationale qui a vu sa part d'audience globale progresser. En 10 ans, dans un univers de plus en plus fragmenté, M6 est passée de 11,9% à 12,5%* de part d'audience sur le public de 4 ans et plus.

M6 enregistre en 2006 son meilleur niveau historique auprès des Ménagères de moins de 50 ans**. Cette progression très forte notamment sur le prime time confirme la puissance de la chaîne. 300 000 téléspectateurs en plus par rapport à 2005. En moyenne, nos soirées ont réuni quotidiennement plus de 3,5 millions de personnes et M6 se situe de plus en plus souvent 2^e chaîne le soir.

De plus en plus de gens regardent M6 de plus en plus souvent. Un bon exemple, les audiences de la série *Prison Break*, qui ont hissé M6 vers des sommets qu'elle n'avait encore jamais atteints. Le mercredi 8 novembre 2006, les deux derniers épisodes ont attiré 7,5 millions de téléspectateurs - record historique d'audience pour M6 depuis sa création en 1987.

D'autres programmes comme *Nouvelle Star*,

D&CO, *Les Bleus*, *Kaamelott*, *Vive la cantine*, *Pékin Express* ou encore *Incroyable Talent* ont imposé M6 comme une alternative aux autres télévisions généralistes.

M6 a dans ses gènes le goût du risque et de l'innovation, la chaîne l'a prouvé à travers une programmation plus diversifiée : M6 a créé son premier journal télévisé à la mi-journée, elle a développé la fiction française avec la diffusion en juin de sa première saga d'été, *Laura*, elle a aussi mis un pied dans le sport en diffusant 31 matches de Coupe du Monde de Football ou avec une nouvelle émission *100% Foot*.

Dans chacun de ses nouveaux programmes, M6 offre un ton et une personnalité qui lui sont propres et ça marche ! Les rendez-vous de l'information en sont une preuve supplémentaire : *66 Minutes*, Aïda Touihri réunit chaque dimanche après-midi plus de 2 millions de personnes. *T'empêches tout le monde dormir*, Marc-Olivier Fogiel dans son talk-show en direct et réactif réunit chaque semaine un public de plus en plus large, *Capital* ou *Zone Interdite* avec Mélissa Theuriou continuent d'offrir à la chaîne quelques-unes de ses meilleures audiences de l'année.

M6 est devenue une chaîne puissante capable de fédérer autour de programmes forts, qu'il s'agisse de divertissement, d'information, de sport ou de fiction.

En 2006, M6 a gagné le pari du prime time. Nous devons désormais nous développer sur l'access.

Dans un univers de plus en plus concurrentiel, M6 possède avec notamment W9, Paris Première et Téva une véritable famille de chaînes fortes et complémentaires, capable d'offrir à nos téléspectateurs les meilleurs contenus. M6 aborde le virage de la révolution numérique en véritable groupe multimédia. Un Groupe dans lequel nous orchestrons et centralisons l'alimentation en programmes de toutes nos chaînes et de tous les nouveaux supports de diffusion. Dès à présent, nos contenus convergent sur les différents supports.

Thomas Valentin

* Source Médiamétrie

** Avec une part d'audience moyenne de 19.3% sur l'ensemble de la journée (vs 19.1% en 2005)

FAITS MARQUANTS

2006

JANVIER

15: Lancement du jeu d'aventure *Pékin Express*, animé par Stéphane Rotenberg.

23: Lancement du JT *Le 12:50*.

31: M6, partenaire du concours Graines de boss, ouvert aux étudiants et apprentis-artisans, récompense les projets de création d'entreprise.

FÉVRIER

21: M6 mobile franchit le cap des 300 000 abonnés.

23: Succès de l'émission *Nouvelle Star* sur m6.fr avec 300 000 vidéos consultées dès le 1^{er} jour.

MARS

02: M6 renouvelle, pour 3 ans, son accord exclusif avec l'Olympique de Marseille, pour diffuser l'ensemble des matchs joués à domicile lors de 3 compétitions européennes (tours préliminaires pour

la qualification en Ligue des Champions, Coupe Intertoto et Coupe de l'UEFA).

31: W9, 1^{re} chaîne de la TNT, fête ses 1 an.

AVRIL

12: Sortie en salles d'*Astérix et les Vikings* produit par M6 Studio et distribué par SND (1,3 million d'entrées en 2006).

19: Sortie en salles d'*OSS 117*, coproduit par M6 Films (2,3 millions d'entrées en 2006).

22: Lancement de *D&CO*, nouveau magazine de décoration animé par Valérie Damidot (5,1 millions de téléspectateurs en moyenne en prime).

MAI

23: Lancement de la série *Desperate Housewives* et déploiement d'un dispositif exceptionnel sur l'Internet mobile: des contenus vidéo exclusifs, accessibles sur les portails OrangeWorld,

M6 mobile by Orange ainsi que les sites M6 Gallery et i-Mode (2,5G et 3G).

JUIN

07: Lancement de *Laura*, le compte à rebours a commencé, la première saga d'été de M6.

12: M6 diffuse en HD 31 matchs de la Coupe du Monde de football; un succès puisque les records ont été multipliés (record d'audience annuel pour le match Brésil-Croatie à 6,3 millions de téléspectateurs).

28: Sortie en salles du film *Nos jours heureux*, distribué par SND (1,5 million d'entrées en 2006).

JUILLET

03: Pour la 2^e année, M6 renouvelle l'opération *Talent M6* et valorise, pendant deux mois, l'univers de 5 jeunes artistes sur son antenne et sur ses sites Internet.

04: Le Groupe Suez cède les 5% du capital

qu'il détenait dans la société M6 au Groupe Compagnie Nationale à Portefeuille (CNP), contrôlé par Albert Frère.

SEPTEMBRE

01: M6 crée l'événement avec le lancement de la série phénomène *Prison Break* (5,8 millions de téléspectateurs en moyenne-septembre / décembre 2006).

20: *Desperate Housewives* saison 1 est disponible à la demande sur m6video.fr.

25: Le magazine du monde de l'automobile et de la moto, *Turbo*, présenté par Dominique Chapatte, fête sa 1000^e émission.

OCTOBRE

01: Lancement d'un nouveau magazine d'actualité hebdomadaire, présenté par Aïda Touihri, *66 Minutes*.

11: *Pas le temps*, le générique français de *Prison Break*, interprété par Faf Larage,



Faf Larage

2007

JANVIER

04: TF1, M6 et Vivendi signent la réalisation définitive du rapprochement des activités de télévision payante en France de Groupe Canal+ et TPS, au sein de Canal+ France, nouvelle entité contrôlée par Vivendi dont M6 détient 5,1% après apport de ses 34% de TPS.

15: Le Groupe M6 acquiert 100% de la chaîne Téva.

et commercialisé par M6 Interactions, se classe n° 1 du top.

31: M6.fr gagne 5 places dans le « top 30 » des sites les plus visités en France, et atteint pour la première fois la 24^e position avec près de 4,35 millions de visiteurs uniques. M6video.fr prend la 1^{re} place des sites de VOD en France.

NOVEMBRE

01: Sortie en salles de *Ne le dis à personne* de Guillaume Canet, coproduit par M6 Films (2,7 millions d'entrées, 13^e du box-office 2006).

DÉCEMBRE

15: Paris Première fête ses 20 ans.



PRIX ET RÉCOMPENSES

05 février 2006 : Le Festival International du film de télévision de Luchon récompense *Les Bleus*, avec le grand prix de la série et le prix du jeune espoir masculin, attribué à Mhamed Areski.

22 mars : *Astérix et les Vikings* reçoit le prix Anima 2006 du meilleur long métrage pour jeune public.

14 juin : M6 est élue meilleure chaîne hertzienne pour la 2^e année consécutive aux TV Notes 2006 (Imedias et Newsmedias, avec Europe 1 : près de 200 000 votes d'internautes).

17 septembre : Le Festival de la Fiction TV décerne le prix de la meilleure série d'access & day time, à *Kaamelott*, le prix du meilleur scénario pour *Les Tricheurs*, le prix du grand public à *Laura*.

25 novembre : Le Festival International du scoop et du journalisme d'Angers, récompense 2 sujets d'*Enquête exclusive* : *Six Semaines au coeur de la guerre du Liban*, prix du reportage d'actualité, et *Antiterrorisme : au coeur d'une police très secrète*, prix de l'enquête.

24 janvier 2007 : Le prix Jacques Deray du meilleur film est attribué à *Ne le dis à personne*.

28 février : Les Lauriers du Sénat de la radio et de la télévision attribuent le Laurier de l'information à *66 Minutes* et celui de la jeunesse au dessin animé *Les Aventures extraordinaires de Michel Strogoff*.

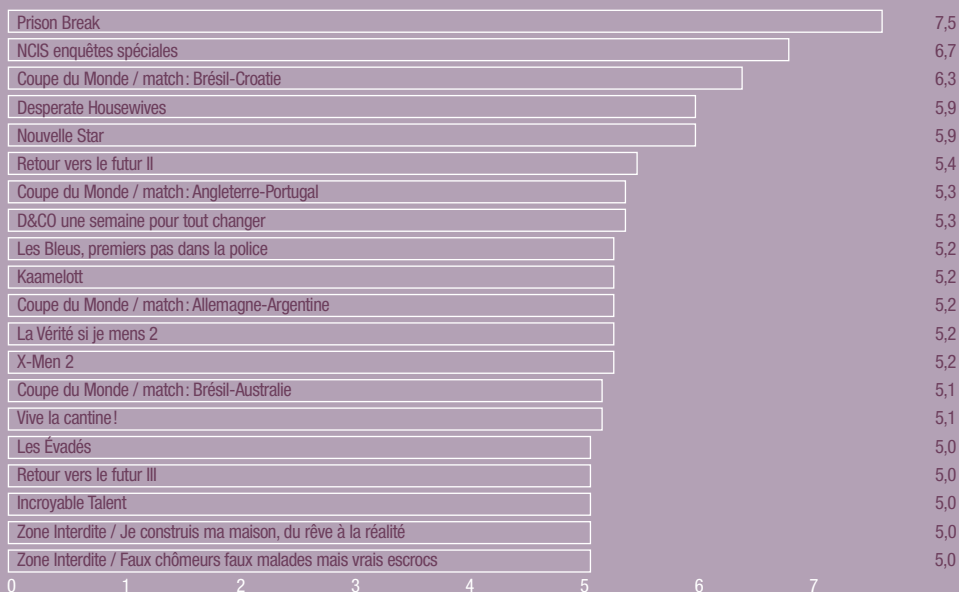
Kaamelott

AUDIENCES

19,3%

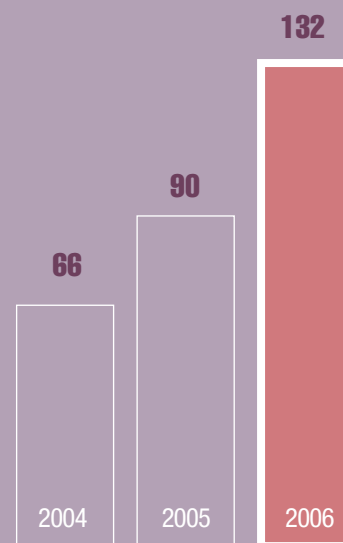
2006 : plus haut niveau jamais atteint auprès des ménagères de moins de 50 ans avec une part d'audience moyenne de 19,3% sur l'ensemble de la journée (vs 19,1% en 2005).

Meilleures audiences 2006 (en millions de téléspectateurs - une édition par format)



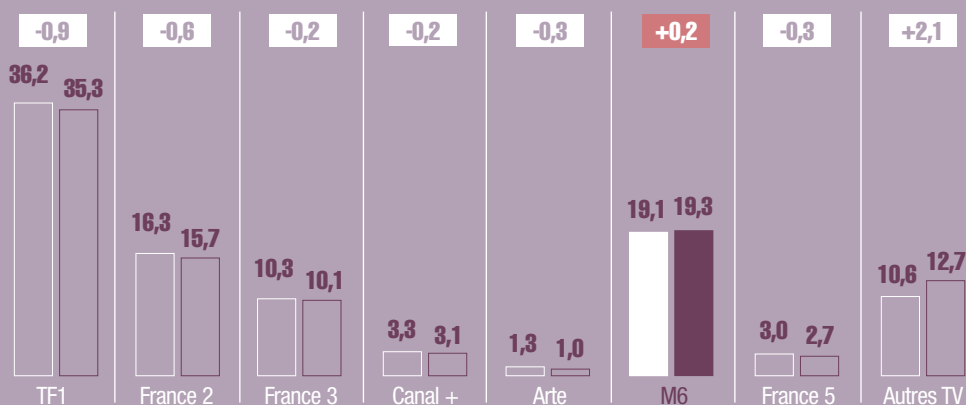
Source : Médiamat Médiamétrie

Nombre de prime time supérieurs à 4 millions de téléspectateurs



M6 a réuni plus de 4 millions de téléspectateurs :
1 soir sur 3 en 2006
contre 1 soir sur 4 en 2005
et 1 soir sur 6 en 2004

Progression 2005-2006 toutes chaînes auprès des ménagères de moins de 50 ans (Part d'audience en %)





La saga d'été de M6

1996 - 2006 : M6, LA SEULE GRANDE CHAÎNE À PROGRESSER

Avec une part d'audience de 12,5% auprès de l'ensemble du public en 2006, M6 est la seule grande chaîne à progresser sur 10 ans face au développement de l'offre multichaînes. Entre 1996 et 2006, M6 passe de 11,9% à 12,5% de part d'audience en 4 ans et plus, tandis que les « Autres TV » gagnent 10 points de part d'audience au détriment des chaînes historiques.

DES AUDIENCES RECORDS EN PRIME TIME

En 2006, M6 rassemble une audience moyenne record en 1^{re} partie de soirée avec 3,5 millions de téléspectateurs et gagne 300 000 téléspectateurs par rapport à 2005. M6 est la chaîne dont l'audience progresse le plus en soirée. Cette montée en puissance se traduit par un nombre accru de soirées rassemblant plus de 4 millions de téléspectateurs : 132 en 2006 contre 90 en 2005 (+47%).

M6 a été la chaîne la plus regardée en soirée par le public des moins de 50 ans à 53 reprises (deux fois plus qu'en 2005).

DES RÉUSSITES DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES

En 2006, M6 accélère sa politique de développement en déclinant sa personnalité dans tous les genres de programme : séries, information, sport, magazines de la vie, fictions ou divertissements.

Les séries ont bousculé le paysage audiovisuel avec des audiences au sommet : *Prison Break* a réuni jusqu'à 7,5 millions de téléspectateurs (record d'audience de l'année); *Desperate Housewives* a rassemblé 4,7 millions de téléspectateurs; la saison 3 de *NCIS* a réuni 6,2 millions de téléspectateurs (soit 1,2 million de téléspectateurs de plus que la saison 2 en 2005).

L'offre de programmes d'information a été considérablement développée avec le lancement de nouveaux rendez-vous : *T'empêches tout le monde de dormir* est suivi par 1,2 million de téléspectateurs et *66 Minutes* rassemble jusqu'à 2,9 millions de téléspectateurs.



Campagne d'affichage 20 ans

En couvrant la Coupe du Monde FIFA 2006, M6 a doublé, voire triplé, son audience habituelle et a enchaîné des records d'audience : 3^e meilleure audience de l'année avec Brésil-Croatie (6,3 millions de téléspectateurs); record historique d'audience en avant-soirée avec Angleterre-Portugal (5,3 millions de téléspectateurs); record historique d'audience en après-midi avec Japon-Croatie (3 millions de téléspectateurs).

M6 continue de fidéliser le public autour de magazines innovants et proches du quotidien, à l'image de *D&CO* qui a rencontré un franc succès cette année entre 18h et 20h30 (3,6 millions de téléspectateurs) comme en prime time (5,1 millions de téléspectateurs). Les audiences sont au rendez-vous des fictions françaises avec les lancements réussis de la 1^{re} saga d'été *Laura* (4,1 millions de téléspectateurs) et de nouvelles séries comme *Les Bleus* (5,2 millions de téléspectateurs), *Les Tricheurs* (4,9 millions de téléspectateurs) et *Alice et Charlie* (3,7 millions de téléspectateurs).

Les divertissements ont fédéré aussi de nombreux téléspectateurs avec *Nouvelle Star* (4,9 millions de téléspectateurs, soit 700 000 de plus que pendant la saison 3), *Incroyable Talent* (4,3 millions de téléspectateurs), *Classé Confidentiel* en prime time (4 millions de téléspectateurs).

LES BONS RÉSULTATS DES CHÂÎNES NUMÉRIQUES

W9 est aujourd'hui la plus regardée des nouvelles chaînes de la TNT.

Source : Médiamétrie-Univers équipés TNT (moyenne lundi-dimanche / 03h-27h) – novembre-décembre 2006

Paris Première attire près de 8,3 millions de téléspectateurs en moyenne par semaine (au 2^e rang des chaînes les plus regardées sur le câble et le satellite).

Source : Médiamétrie-MédiaCabSat vague 11 – couverture hebdomadaire seuil 1 seconde – Classement hors chaînes hertziennes historiques

Le taux de notoriété de **Téva** a triplé depuis son lancement : plus de la moitié du grand public déclare connaître la chaîne.

Source : Baromètre de notoriété CSA

M6 Music Hits est la 1^{re} chaîne musicale sur ses abonnés 15/34 ans.

Source : Médiamétrie-MédiaCabSat septembre 2006-février 2007, vs janvier-juin 2006

TF6 est la 1^{re} chaîne de TPS sur la quasi-totalité des catégories de téléspectateurs.

Source : Médiamétrie-MédiaCabSat juillet-décembre 2006 base initialisée

Série Club se classe 5^e chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans abonnées. La chaîne compte plus de 5,5 millions d'abonnés et est distribuée sur le câble et le satellite (TPS).

Source : Médiamétrie-MédiaCabSat juillet-décembre 2006, hors chaînes hertziennes historiques

En un an, l'audience de **Fun TV**, a progressé de +9% sur l'ensemble du public des 4 ans et plus et +17% sur son cœur de cible, les 15-24 ans.

Source : Médiamétrie-MédiaCabSat - septembre 2006-février 2007 - vague 12

2006, UN TRÈS BON CRU POUR LES SITES INTERNETS DU GROUPE M6 *

5,2 millions de visiteurs uniques ont consulté les sites Internet du Groupe M6, soit une augmentation de 58% en 1 an. Quant aux sites de chaînes (www.teva.fr, www.w9.fr, etc), ils ont rassemblé au total 2 millions de visiteurs uniques.

Les sites ont comptabilisé 140,4 millions de pages vues en décembre.

Le site **Nouvelle Star** a attiré plus de 1,5 million de visiteurs uniques entre avril et juillet et a généré plus de 18 millions de pages vues.

Mistergooddeal.com : le nombre de visiteurs uniques a progressé de 47% en décembre 2006 (vs décembre 2005) en atteignant 2,5 millions fin 2006.

Turbo.fr a vu son nombre de visiteurs uniques croître de 61% pour terminer l'année avec 646 000 visiteurs uniques en décembre, se



Le site turbo.fr

positionnant ainsi à la 5^e place du classement général des sites du secteur automobile.

Habbo.fr a enregistré fin décembre 2,5 millions d'inscrits (+141% d'inscrits/mois en 1 an) et a attiré près de 750 000 visiteurs uniques en décembre (+162% vs décembre 2005).

M6video.fr a été le numéro 1 des sites de vidéo à la demande en novembre 2006 avec 261 000 visiteurs uniques.

Video.fr comptabilise, à fin décembre, 31 millions de vidéos consultées depuis son lancement le 1^{er} septembre 2006.

* Source : Nielsen / Net Ratings décembre 2005-décembre 2006



7,5 M

Les séries ont bousculé le paysage audiovisuel avec des audiences au sommet : *Prison Break* a réuni jusqu'à 7,5 millions de téléspectateurs (record absolu d'audience de l'année)

Prison Break

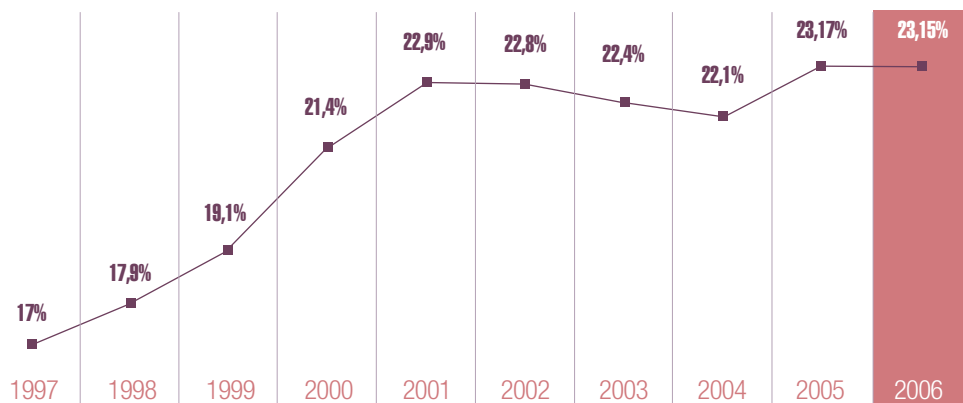
**ANNÉE
PUBLICITAIRE
2006**



PUBLICITÉ

Historique de la part de marché publicitaire brute M6

(Source TNS M)



Desperate Housewives

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES PLURIMÉDIAS

2006 : Le marché publicitaire reprend des couleurs.

Avec 10,7% de progression des investissements bruts plurimédias, 2006 montre une croissance solide sur quasi tous les médias, avec 2 phénomènes majeurs :

- un développement soutenu et continu des investissements bruts sur Internet (+48,2%)
- une forte progression des chaînes de télévision numérique (+41%), et plus particulièrement des chaînes de la TNT, dont les investissements ont été multipliés par 4,3. Ces chaînes prennent leur place dans le panorama publicitaire, au rythme de la progression de la couverture du territoire et de la montée des audiences.

En parallèle à ces deux phénomènes, les médias historiques restent dynamiques et connaissent une croissance de leurs investissements, notamment pour la télévision hertzienne.

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES - TÉLÉVISION HERTZIENNE

M6 : 2^e régie en France, 23,15% de part d'investissement

Une attractivité confirmée sur un marché en croissance

Avec une hausse de 5,5% des investissements publicitaires bruts, les chaînes de télévision hertziennes historiques progressent significativement suite à une année 2005 mitigée (+0,5%).

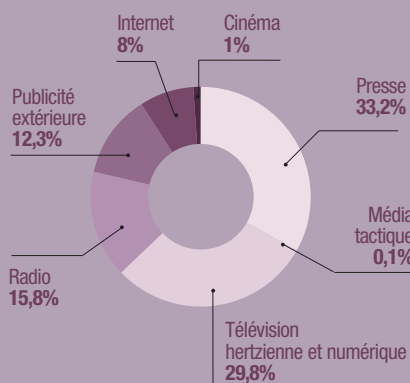
Sur un marché plus porteur, M6 consolide sa part de marché à 23,15%, égalant ainsi son plus haut niveau historique.

À noter des performances particulièrement positives durant le 2^e trimestre avec la Coupe du Monde de football : M6 gagne sur cette période 0,8 point de part de marché à 24,6%. La progression d'audience des soirées depuis la rentrée 2006 (+600 000 téléspectateurs en moyenne vs la rentrée 2005) confirme l'attractivité de la chaîne pour la saison 2006/2007.

Malgré un redressement significatif sur le dernier trimestre, la plupart des secteurs de grande consommation sont en retrait en 2006 (Alimentation -2,9%, Entretien -3,5%) ou en croissance modérée (Hygiène-Beauté +1,5%). Grâce à des audiences plus fortes, des soirées plus fédératrices, des programmes qui séduisent des publics encore plus variés, M6 a accompagné la forte croissance des investissements publicitaires des Services (+29,8%), avec notamment les banques (marché à +27%, M6 +48%) et les assurances (marché à +62%, M6 +82%). La chaîne a également puissamment surperformé le marché sur les secteurs les plus dynamiques comme les Télécommunications (marché à +34,8%, M6 +53,8%) et l'Audiovisuel-Photo-Cinéma (marché à +41%, M6 +72%).

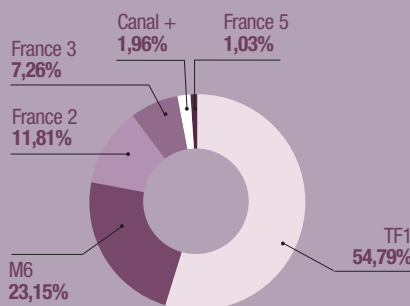
Répartition des investissements plurimédias bruts 2006

Source : TNS MI – Adex Report 2006 – Hors auto promotion et abonnements – Univers constant 2006 vs 2005.



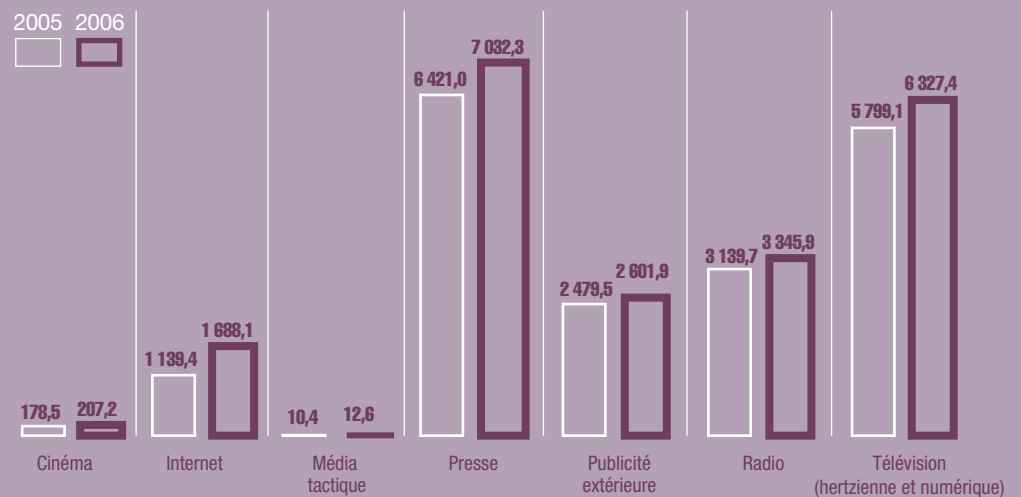
Part de marché publicitaire par chaîne en 2006

Source : TNS Media Intelligence.



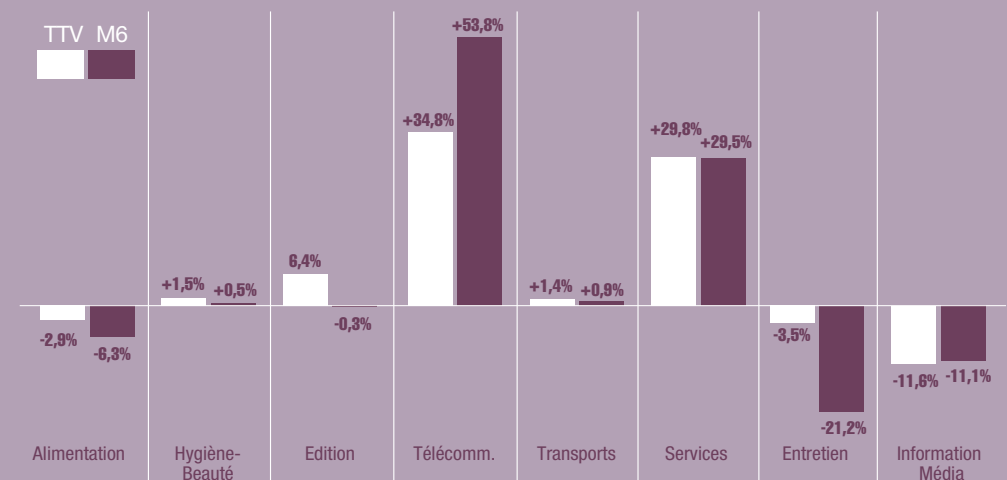
Investissements plurimédias bruts (en M€)

Source : TNS MI – Adex Report 2006 – Hors autopromotion et abonnements – Univers constant 2006 vs 2005.



Évolution en 2006 des 8 premiers secteurs en télévision (vs 2005)

Source : TNS Media Intelligence





Spot publicitaire Mistergooddeal, décembre 2006



Cette montée en puissance de M6 en termes d'audience et de couverture des différentes cibles commerciales permet à la chaîne de se positionner comme un partenaire de 1^{er} plan pour plus de marques.

La hausse très significative des investissements en parrainage (+14% sur M6 dans un marché à +6%) est la preuve de la confiance dans les marques-programmes de M6.

Cette attractivité auprès d'un nombre élargi de marques s'est déjà illustrée dans les premières heures de l'année 2007, avec l'ouverture de la publicité à la distribution sur les chaînes hertziennes historiques. M6 a ouvert le bal avec le premier écran publicitaire à 00h04 et a depuis accueilli les premiers films de quasiment tous les acteurs majeurs de la distribution.

CHAÎNES NUMÉRIQUES

Un nouveau cap est franchi

Le groupe M6 est partie prenante dans le développement de l'audience et des investissements publicitaires des chaînes numériques, avec notamment 2 chaînes qui franchissent un nouveau cap en 2006.

- Paris Première, qui pour l'année de ses 20 ans, progresse en audience et en recettes publicitaires, et qui conforte son positionnement unique sur les individus CSP+.
- W9 est la première chaîne de la TNT en audience cumulée dans la journée (33,5% des équipés TNT la regardent chaque jour en novembre-décembre 2006). Sa progression en investissements publicitaires est particulièrement rapide, grâce à l'effet cumulé de sa progression de part d'audience et de l'extension de la population équipée pour capter la TNT gratuite.

INTERNET ET PRESSE

Une régie plurimédias au service des problématiques des marques

Avec l'intégration de M6 Web et des supports de presse du groupe (Femme en ville, Homme en ville, Citato, Hit Machine Girls, Fan de) et une offre comprenant également l'événementiel et le "licensing", M6 Publicité est à même de proposer à ses clients des solutions innovantes intégrant différents médias.

Les sites Internet du Groupe M6 ont enregistré une très forte progression de leur fréquentation : l'audience a franchi des paliers majeurs et le chiffre d'affaires publicitaire a très fortement progressé (+95,4%). À noter tout particulièrement les bonnes performances de mistergooddeal.com, 4^e acteur du « e-commerce » (électro-ménager, high-tech, informatique et loisirs) avec 2,5 millions de visiteurs uniques, le lancement réussi de wideo.fr, le développement des portails féminins femme-en-ville.com et teva.fr et la poursuite du succès de l'ensemble des sites des chaînes, en croissance de +88% en un an.

**M6,
UNE ENTREPRISE
RESPONSABLE**

NOTRE RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE DE **DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE**

Des structures de gouvernance adaptées

Les règles de gouvernement d'entreprise du Groupe M6 respectent les normes et recommandations en vigueur en France.

Depuis 2000, la Société Métropole Télévision est de forme anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, une forme juridique qui favorise la séparation entre la direction de la Société et le contrôle de cette direction. Cette forme juridique répond aux contraintes réglementaires exigées par la convention conclue avec le CSA, qui encadre le fonctionnement et les règles de diffusion de la chaîne.

Cette structure duale garantit la séparation des pouvoirs, et assure la prise en compte des intérêts économiques et financiers de l'entreprise à long terme, et des actionnaires. En outre, cette organisation permet une forte réactivité et une proximité accrue avec l'opérationnel.

Enfin, en vue d'atteindre les objectifs opérationnels et financiers qu'il s'est fixé, le Groupe M6 a instauré un dispositif de contrôle interne qui vise à assurer, au travers des procédures mises en place, le contrôle des actes de gestion, la bonne réalisation des opérations, la prévention et la maîtrise des différents risques, ainsi que la qualité et la sincérité de l'information comptable et financière.

Un modèle de croissance rentable

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

Attentif à délivrer une performance financière en constante amélioration année après année, le Groupe veille à élargir et consolider les bases de sa croissance future dans un environnement concurrentiel et technologique en mutation rapide.

Ainsi, en 2006, le Groupe M6 a poursuivi avec succès sa stratégie de croissance sur l'ensemble de ses activités, comme l'illustrent :

- le renforcement de la puissance de la chaîne M6
- la position confortée des chaînes numériques
- et la démarche offensive en matière de diversifications et de droits audiovisuels.

Par ailleurs, prenant en compte les évolutions de l'environnement économique de la télévision payante, les actionnaires de TPS et du Groupe Canal+ ont signé début janvier 2007 l'accord final de rapprochement industriel des deux entités, au sein de Canal+ France, nouvelle entité contrôlée par Vivendi dont M6 détient 5,1% après apport de ses 34% de TPS.

Ce nouvel exercice de croissance des revenus (+18,8% au titre des activités poursuivies) a permis de dégager un niveau de résultat net record à 152,3 M€, en croissance de +0,8% au titre des activités poursuivies. Il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte convoquée le 2 mai 2007 de distribuer un dividende de 0,95 € par action, correspondant à un taux de distribution de 82% du résultat net des activités poursuivies.

Créateur d'emplois, le Groupe comptait au 31 décembre 2006 un effectif permanent de 1 643 personnes contre 1 518 au 31 décembre 2005.

Le Groupe M6 possède aujourd'hui de nombreux atouts pour répondre aux enjeux et opportunités de ses marchés, et valoriser les marges et leviers de progression significatifs dont il dispose.

Le Groupe affirme ainsi sa stratégie volontariste en matière d'acquisitions de contenus, son positionnement ambitieux sur la TNT gratuite avec la chaîne W9, et sa capacité à capitaliser autour de sa marque sur de nouveaux supports, comme avec l'accord M6 mobile by Orange.

Assurer les conditions de développement

Pour assurer les conditions de son développement économique, le Groupe M6 doit garantir sa politique éditoriale en développant sa capacité à détecter et fidéliser les talents de demain. L'autre enjeu consiste à préserver l'environnement dans lequel évolue le Groupe. Pour cela, il encourage la diversité culturelle, soutient la création artistique, œuvre pour le respect de la propriété intellectuelle. Il se montre actif et innovant pour s'adapter aux nouveaux comportements et usages des consommateurs.

Aurélie Konaté



DÉTECTER ET FIDÉLISER DES TALENTS

Le Groupe M6, à travers ses sociétés de productions internes, mène une politique volontariste de recherche de jeunes talents. Cette stratégie nourrit sa ligne éditoriale qui accorde une place toujours plus large aux concepts créatifs et innovants. Studio 89 a introduit, cette année encore, une nouvelle génération d'animateurs pour ses émissions : Alessandra Sublet, Pierre Mathieu, Moon... Les chaînes numériques du Groupe sont elles aussi un vivier de jeunes talents, comme Fun TV par exemple, où Aurélie Konaté présente l'émission *Spéciales artistes*.

Cette recherche de nouveaux talents s'étend à tous les métiers du Groupe : plusieurs producteurs ou réalisateurs ont signé leur 1^{er} fiction avec la chaîne. C'est le cas pour Karine Angeli, auteur du téléfilm : *Bataille natale*. Enfin, de nombreux comédiens découverts sur M6 poursuivent leur carrière sur la même chaîne. Shirley Bousquet, repérée sur M6 dans *Caméra Café*, a tenu le rôle principal d'une nouvelle série policière en 2006 : *Profil criminel*.



SOUTENIR LA CRÉATION ARTISTIQUE

Dans le cadre de ses obligations de diffusion et de production, M6 s'engage à développer la création artistique et à en valoriser la diversité en privilégiant les jeunes talents aussi bien dans l'univers du cinéma que dans celui de la musique. Ses investissements cinématographiques sont dégagés pour des réalisateurs confirmés ainsi qu'à des valeurs montantes. M6 Films a coproduit les films de Guillaume Canet (*Ne le dis à personne*), de Michel Hazanavicius (*OSS 117*) qui ont connu un succès remarquable. M6 a renouvelé et renforcé sa politique de soutien en 2006 en aidant, entre autres, les réalisateurs Olivier de Plas, Frank Mancuso et Olivier Baroux pour leur 1^{er} film. Le Groupe M6 mène également une politique active dans l'univers de la musique. Il s'attache en effet à développer une programmation très variée afin de promouvoir tous les genres musicaux. Le Groupe s'engage également dans la promotion de jeunes artistes :

- en réservant des espaces de diffusion pour des clips
- en diffusant le programme *D comme Découverte*. Ce documentaire musical est exclusivement réservé aux artistes en développement et aux musiques alternatives
- en assurant tout au long de l'année la promotion de jeunes chanteurs via l'émission *T comme Talent*.



ŒUVRER POUR LE RESPECT DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Face à l'accélération de la numérisation des supports, la protection des œuvres devient un enjeu majeur. Le Groupe M6 diffuse sur Internet des campagnes publicitaires incitant les consommateurs à recourir au téléchargement légal.



M. Pokora

INNOVER ET ANTICIPER LES NOUVEAUX USAGES

Le haut débit et la mobilité transforment les modalités d'accès à des contenus de plus en plus variés et disponibles sur un nombre considérable de plate-formes. Le Groupe M6 est actif dans le développement des nouveaux modes de consommation de contenus audiovisuels.

En 2006, le site de VOD (*Video On Demand*), m6video.fr, propose aux internautes plus de 200 vidéos (émissions, séries, clips) présentant toutes les garanties de sécurité pour les ayants droit. Depuis janvier 2007, cette offre est présente chez plusieurs opérateurs de télévision par ADSL : Neuf Cegetel, Free et Club Internet.

Avec la téléphonie 3^e génération (3G) et la possibilité de télécharger des contenus éditoriaux, le téléphone mobile est devenu un canal de diffusion stratégique. Le Groupe M6, via sa filiale interactive M6 Web, est très actif dans ce domaine puisqu'il édite des programmes propres à la téléphonie mobile. Par ailleurs, une filiale commune a été créée entre M6 Web et Echovox, le leader européen du multimédia mobile, en octobre 2006. Appelée Echo6, cette création a pour objectif d'améliorer les produits et les services de divertissement mobile et d'innover dans l'interactivité entre le mobile et les chaînes du Groupe.

Concernant la télévision mobile personnelle, le Groupe M6 a participé à l'expérimentation de diffusion vers les mobiles en DVB-H autorisée par le CSA et menée par TDF.

Enfin, pour apporter le maximum de qualité à son public, le Groupe M6 poursuit sa politique volontariste dans le développement de la diffusion de la Haute Définition. Il a ainsi participé activement au forum HD et s'est doté d'équipements spécifiques, exclusivement dédiés à cette technologie (régie de diffusion, postproduction). Le Groupe prévoit de diffuser en HD 1 h 30 de programmes par jour dès 2008.

Des relations équilibrées et transparentes avec ses partenaires

Établir des relations équilibrées et transparentes avec ses actionnaires, annonceurs, téléspectateurs, clients et fournisseurs constitue une des priorités du Groupe M6.

ACTIONNAIRES

Depuis l'élargissement du flottant de la société lors du désengagement du Groupe Suez début 2004, le Groupe M6 a renforcé sa politique de communication financière, qui vise à délivrer à l'ensemble des actionnaires une information exacte, précise et sincère, en conformité avec l'application des normes et réglementations françaises en la matière.

Attentif aux attentes de ses actionnaires et de la communauté financière, le Groupe a déployé de nouveaux moyens et supports d'information à destination des actionnaires individuels et des investisseurs institutionnels, avec notamment la refonte du site Internet dédié aux finances, enrichi et désormais disponible en français et en anglais, la publication d'un abrégé du rapport annuel permettant de retrouver de manière synthétique les principaux éléments d'activité du Groupe, et la mise en place d'une adresse e-mail spécifique : actionnaires@m6.fr.

Après des analystes financiers et des investisseurs institutionnels, le Groupe a accentué sa communication financière et multiplié les occasions d'échanges et de rencontres, en participant à de nombreuses conférences sectorielles, à Paris et à Londres, ainsi qu'en recevant les investisseurs et analystes lors de rendez-vous individuels.

ANNONCEURS

Les relations avec les annonceurs et les agences publicitaires sont régies par la loi du 1^{er} avril 1993, dite « loi Sapin », qui assure une parfaite transparence du marché publicitaire.

FOURNISSEURS

Les relations avec les fournisseurs, notamment les producteurs de programmes, sont encadrées par des accords pluriannuels en ce qui concerne les Studios US (films, séries). De plus, le Groupe M6 joue un rôle dans la création des œuvres audiovisuelles et cinématographiques en consacrant une part importante de son chiffre d'affaires à de nombreuses coproductions et en réservant une part de ses investissements à des producteurs indépendants.



FOCUS MÉTIER

Directrice des relations clients chez Home Shopping Service (HSS)

Valérie, 40 ans



“
Attriée par le « grand magasin de la télévision » et son côté novateur, je suis entrée, en 1990, en tant que directrice logistique chez Home Shopping Service. En seize ans, j'ai assisté aux évolutions et au développement de la société, marqués par l'arrivée du groupe M6 dans le capital en 1996, la mise en ligne du Web et le lancement de plusieurs chaînes dont M6 Boutique qui diffuse 8 heures de direct par jour, ce qui donne un ton spontané et dynamique au Téléachat et permet à nos clients de bénéficier d'une offre produits plus large. Aujourd'hui Directrice des relations clients, je coordonne, avec mon équipe, la prise de commandes, le service clientèle et le suivi financier. Motivés, investis, nous travaillons tous avec un objectif prioritaire : satisfaire, fidéliser tous nos clients et bien sûr, en conquérir de nouveaux. »

TÉLÉSPECTATEURS

Afin de renforcer le dialogue avec ses téléspectateurs et de répondre à leurs interrogations dans les meilleurs délais, le Groupe M6 a mis en place un service qui leur est intégralement consacré. Cette structure gère les contacts par téléphone, courrier et e-mail. Le temps de réponse est optimisé à 48 heures à partir de l'enregistrement de la demande. En 2006, 935 514 questions ont été traitées dont 67% concernaient l'antenne M6, 16% les informations générales et 8% l'équipement. Cette procédure est interactive : chaque jour, une synthèse des différentes remarques est réalisée puis transmise auprès des équipes de programmation. Elles peuvent ainsi mieux connaître les attentes et réactions des téléspectateurs.





AU SERVICE DES CLIENTS

Pour satisfaire et fidéliser leurs clients, les sites de commerce en ligne, Mistergooddeal, et de vente à distance, Home Shopping Service, sont particulièrement attentifs à la qualité de leur service après-vente. Les équipes de Mistergooddeal assurent un taux de prise d'appel supérieur à 90% et répondent aux demandes écrites par e-mails dans les 4 heures ouvrées. Chaque jour, ce sont environ 1 000 appels et 700 courriels qui sont traités. Régulièrement des études de satisfaction sont réalisées afin de vérifier que toutes les étapes de la procédure de satisfaction clientèle ont été respectées. Grâce à cette organisation, Mistergooddeal a reçu Le Casque de Bronze en 2006 pour la qualité de sa relation client par e-mails.

De même, les 50 conseillers de Home Shopping Service répondent chaque mois à environ 60 000 appels, avec un temps d'attente moyen pour le client qui n'excède pas 2 minutes. Les 5 000 e-mails reçus sont traités sous 48 heures. Enfin, le client peut accéder 7j/7 et 24h/24 à un serveur lui permettant de connaître en permanence l'évolution de sa commande.

NOTRE RESPONSABILITÉ **SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE**

Assurer la qualité de l'information et la sensibilisation du public

DES RÉPONSES ADAPTÉES AU SPECTATEUR CITOYEN

Le Groupe M6 délivre une information complète et diversifiée sur tout le territoire et accorde une attention particulière à sensibiliser et former les spectateurs sur les sujets de développement durable que sont l'environnement, la santé, la solidarité, le droit des enfants... Il contribue ainsi à améliorer l'information des citoyens.

UNE INFORMATION PERTINENTE ET DE QUALITÉ

Les thèmes abordés notamment dans les magazines de reportages et d'information (*Capital*, *Zone Interdite*, *Enquête exclusive*, *E=M6*, *66 Minutes*...) sont traités en toute indépendance éditoriale, avec un réel engagement d'objectivité et de transparence.

Le journal *Citato*, panorama de la presse française, destiné aux 15/25 ans, participe lui aussi activement au débat citoyen en offrant une sélection mensuelle d'articles sur les thèmes économiques, politiques, environnementaux, des sondages exclusifs, issus des grands titres de la presse quotidienne et magazine. Le titre est devenu un acteur institutionnel incontournable, il a notamment proposé une interview exclusive du Premier ministre pendant la crise du CPE, un baromètre politique des 15/25 ans avec BVA-Le Mouv', ou encore présidé le concours « Envie d'Agir 2006 » avec le Ministère de la Jeunesse et des Sports...

UN RELAIS DE COMMUNICATION POUR LES GRANDES CAUSES

M6 s'investit dans la démarche de télévision citoyenne en diffusant gracieusement des messages et courts métrages à portée sociale. De cette façon, M6 aide et favorise les actions associatives et sensibilise le public. En 2006, de nombreuses campagnes d'œuvres humanitaires, Organisations Non Gouvernementales et

associations caritatives, ont été diffusées sur M6, à hauteur de 4 847 207 € (contre 3 605 151 € en 2005) et sur les chaînes numériques (95 363 €). M6 véhicule des valeurs citoyennes en diffusant la campagne « 1000 visages : voter c'est un pouvoir », pour inciter les jeunes à voter.

UN SOUTIEN POUR LUTTER CONTRE LE SIDA

Un dispositif Groupe aussi bien sur toutes les chaînes du groupe que sur Internet, accompagné d'un jingle pub spécial ruban rouge, est mis en place durant toute la campagne du *Sidaction*. En 2006, 50 000 € ont été reversés grâce aux recettes des votes de la *Nouvelle Star*. Par ailleurs, M6 est le partenaire historique du Festival Solidays destiné à récolter des fonds pour la lutte contre le Sida. Une campagne de promotion conséquente est diffusée sur plusieurs semaines afin de promouvoir l'événement et sensibiliser les téléspectateurs à cette lutte. Les spots d'Unitaid, qui facilite l'achat de médicaments au niveau international, sont diffusés sur l'antenne.

700

spots ont été diffusés gracieusement
par le groupe M6 en 2006



Le spot « Petits citoyens »

POUR LE BIEN-ÊTRE ET LA PROTECTION DE L'ENFANCE

M6 organise, chaque année, avec l'hôpital Necker, à l'occasion de la Fête de la musique, un concert en faveur des enfants malades en présence de nombreux artistes.

Dans la continuité de son soutien à l'hôpital Necker, l'émission *Téva Déco* et son équipe lui ont offert un nouveau hall d'accueil. Ils ont également amélioré le quotidien de jeunes enfants en décorant et en meublant de manière ludique et ergonomique une salle de classe de primaire.

M6 parraine de nombreuses associations comme les Toiles enchantées qui facilite l'accès d'œuvres cinématographiques de qualité à des enfants et adolescents malades, ou encore Chantal Mauduit Namaste dédiée aux enfants népalais.

Cette année, dans le cadre de la Journée internationale des Droits de l'enfant, M6 a choisi de suivre l'association les Petits citoyens en diffusant le spot avec la participation de nombreuses personnalités sur des émissions de flux et sur *M6 Kid*.

Home Shopping Service s'est associé à l'opération de soutien, les Trésors de Générosité. Cette initiative a permis à l'Unicef de réhabiliter 34 centres d'alphabétisation au Kosovo et d'aider 500 familles kosovardes à prendre un nouveau départ : les femmes savent désormais lire et ont été sensibilisées sur l'éducation et les droits de leurs enfants en termes de santé, nutrition, éducation, protection contre la violence et les abus.

La santé des enfants et des adolescents

La restauration scolaire sert chaque année environ 1 milliard de repas à presque 6 millions d'enfants en France. À l'heure où l'obésité infantile devient un sujet d'actualité, avec *Vive la cantine !* le chef Cyril Lignac, aidé du nutritionniste

Jean-Michel Cohen, met son talent et son savoir-faire au service de la santé des enfants et des adolescents pour trouver des solutions à une alimentation déséquilibrée.

*Vive la cantine !*

AUX CÔTÉS DES ENFANTS MALADES

Véritable plongée au coeur de l'hôpital pédiatrique parisien Robert Debré, *L'Hôpital des enfants* est une série documentaire bouleversante de 20 épisodes, filmée avec une grande pudeur et sans exhibitionnisme, dans laquelle les personnages forment le fil rouge. Des histoires simplement humaines... Pendant plus de six mois, trois équipes ont filmé tous les services de l'hôpital : maternité, néonatalogie, réanimation, bloc opératoire, hématologie, ORL, SMUR, chirurgie viscérale, maxillo-faciale... Dans chaque service, un membre de l'équipe soignante ou un patient raconte, à travers son parcours personnel, sa vie à l'hôpital. M6, en diffusant sur dix semaines ce documentaire, sans voix off ni interview, a choisi la qualité et la sobriété au service de l'information.



L'Hôpital des enfants

Les Girondins solidaires

À l'occasion de la dernière confrontation de l'année en Ligue 1, le Football Club des Girondins de Bordeaux a versé l'intégralité de la recette à 4 associations, soit 52 500 € par association et 210 000 € au total : la Banque

alimentaire, l'Institut Bergonié, le Centre de réanimation pédiatrique de l'hôpital Pellegrin et la fédération d'Aquitaine handisport.



RÉAGIR VITE FACE AUX DISPARITIONS D'ENFANTS

Fin novembre 2005, les représentants des principales chaînes de télévision et de radios ont signé un protocole d'accord sur le dispositif Amber Alerte.

Objectif : mobiliser un maximum de médias les 24 premières heures de l'enlèvement d'un enfant pour diffuser son signalement en usant de bandes défilantes, interruptions des programmes, passages répétés de la photo, voire du portrait-robot du ravisseur...

Le dispositif Amber Alerte est depuis cette année totalement effectif sur les chaînes du Groupe.

FOCUS MÉTIER

Responsable de la coordination des événements Antenne

Yannick, 30 ans



Mon rôle est de coordonner, entre autres, toutes les opérations spéciales qui concernent la chaîne, les filiales de diversification, les unités de programme ou d'autres entités. Ces opérations nous conduisent, par exemple, à relayer la diffusion d'un programme sur d'autres supports, à travers des émissions, le Web, des clips diffusés sur les différentes chaînes, la sortie de DVD ou de singles, M6 mobile, etc. Cela a été le cas avec Prison Break et nous y avons rencontré un franc succès avec le générique interprété par Faf Larage. Ces opérations traduisent la puissance d'un groupe multimédia, qui permet à des projets transversaux de voir le jour autour de programmes et de marques fortes. C'est cette vocation que nous mettons au service d'associations pour relayer sur nos antennes et nos supports de grandes causes comme le Sidaction."

Des programmes accessibles à tous

Une politique volontariste en faveur des sourds et des malentendants

Afin d'augmenter l'accessibilité des programmes télévisés aux sourds et malentendants, conformément à la loi pour « l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées », M6 a entériné un plan sur cinq ans commencé en 2002 avec 200 heures de programmes sous-titrés, pour atteindre 1 000 heures en 2006. Les objectifs ont largement été dépassés puisque le volume des programmes atteint cette année plus de 1 582 heures, soit 18% de la grille, 21% des programmes (hors publicité, habillage et parrainage) et 465 heures de plus qu'en 2005.



La signalétique « Sourds et malentendants »

Des contenus encadrés

M6 assure la sécurité et la protection de la jeunesse dans ses programmes...

Dès 1989, M6 prend l'initiative de créer une signalétique précisant à quel public s'adressent les films. Elle sera finalement imposée aux autres chaînes par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en 1996. M6 s'assure que ses programmes ne comprennent ni violence, ni vulgarité, ni aucun élément susceptible de choquer la sensibilité des plus jeunes. À ce titre, le Groupe suit également avec vigilance l'élaboration des séries en coproduction, du concept jusqu'à la livraison de l'épisode final. Le doublage des œuvres étrangères est également réalisé avec le plus grand soin. Ainsi, tous les programmes jeunesse, films, séries, téléfilms et clips musicaux sont visionnés et validés par un comité de mères de famille qui délivre ses recommandations auprès du comité de signalétique, décideur final de l'attribution des 4 catégories (tous publics, moins de 10 ans, moins de 12 ans et moins de 16 ans). De même, comme l'an passé, la chaîne a soutenu et diffusé la campagne CSA sur la protection des mineurs en y associant son logo. M6 a aussi été partenaire de la Journée Internationale du Droit de l'enfant, en diffusant des clips dans plusieurs émissions.



M6 Kid

M6 offre la possibilité aux enfants âgés de 9 à 12 ans de participer aux émissions de *M6 Kid* en plateau et veille à obtenir l'accord parental. L'émission propose des programmes ludiques, éducatifs et encadrés : ateliers manuels, conseils, reportages métiers et contribue à l'éveil et l'initiation des enfants en toute sécurité.

... Et ses contenus multimédias

M6 est responsable des informations diffusées sur ses sites Internet. Un comité de 25 modérateurs bénévoles supervise l'ensemble des sites Internet communautaires : il vérifie de manière impartiale la pertinence des contributions avant de les rendre publiques et, le cas échéant, les modifie, ou contrôle les messages d'insulte, de diffamation, ceux à caractère raciste et toute incitation à la violence ou à la haine...

A travers son offre de téléphonie ciblée 15/25 ans, M6 mobile est la seule marque à proposer des forfaits bloqués avec appels illimités soir et week-end. Et plus besoin de contacter le service client pour activer le système de contrôle parental ! Depuis novembre, les membres de l'AFOM (Association Française des Opérateurs de téléphonie Mobile), dont M6 mobile fait partie, ont signé un accord qui les engage à proposer systématiquement un contrôle parental, dès l'ouverture de la ligne.

Un rôle fondamental dans la promotion de la diversité

Le Groupe M6, en tant que groupe média très présent dans la vie quotidienne des Français, est conscient de sa responsabilité dans la représentation de la diversité des cultures et des origines de la société française.

Reflet de la société et de la diversité de ses composantes, la télévision joue en effet un rôle important en faveur de l'intégration. Dans ce cadre, le CSA, depuis la loi du 31 mars 2006 sur l'égalité des chances, est investi de nouvelles missions en matière de cohésion sociale et respect de la diversité culturelle dans la programmation des médias.

Avec les émissions de télé-réalité telles que *Loft Story*, *Pop Star*, M6 a d'ailleurs été la première chaîne à montrer une France métissée parmi ses candidats. Récemment encore, le jeu *Pékin*



Les Bleus

Express, gagné par Fathi et Médi, a valorisé les jeunes issus de l'immigration.

Veillant à une juste représentation de la diversité de la communauté nationale, le Groupe M6 a poursuivi plusieurs initiatives saluées par le rapport du Club Averroes. Tout d'abord dans le domaine de l'information, M6 continue de diversifier ses équipes de journalistes et de présentateurs. La fiction constitue la 2^{ème} initiative de M6. La grille de rentrée 2006 illustre la réalité de la diversité des visages des Français avec les séries françaises, notamment policières, telles que *Les Bleus*, *premiers pas dans la police* ou *Les Tricheurs*.

Dans l'univers de la musique, le Groupe M6 mène une politique en faveur des diversités. Toutes les chaînes du Groupe permettent une exposition significative des minorités, au travers de la diffu-



Pékin Express

La défense des minorités

Fondé en 1997 à l'initiative de nombreux professionnels des médias, observatoire de la diversité dans les médias, le Club Averroes défend auprès des décideurs et des institutionnels l'image des minorités. Si le CSA oriente sa réflexion sur la programmation des

médias, le Club Averroès étend son bilan à la problématique des ressources humaines et préconise une approche plus globale et pérenne de la diversité. Le Club estime que les « grandes chaînes françaises ont pris conscience du rôle qui leur incombe

dans l'affermissement du lien social et de la lutte contre les discriminations ». Selon le bilan du Club Averroès, la chaîne « a réussi le challenge de diversifier sa rédaction ».

sion de vidéomusique, de concerts ou encore de portraits d'artistes. Ainsi, W9 contribue à promouvoir des artistes issus de tous les horizons et à faire découvrir des genres musicaux extrêmement variés : rap, raï, R'N'B, zouk, reggae...

Enfin, le Groupe M6 a joué un rôle dans la cohésion sociale en participant activement au Tour de France de la Diversité. Organisé par Azouz Begag, Ministre délégué à la Promotion de l'égalité des chances, cet événement visait à sensibiliser les entreprises aux enjeux de la diversité dans l'emploi.

Un engagement pour l'environnement

Si le Groupe Métropole Télévision exerce des activités qui, structurellement, ne présentent pas d'impacts environnementaux significatifs, il pratique néanmoins une politique active de recyclage des déchets liés à son activité (piles, néons, matériel informatique, cartouches de toner...), ainsi qu'une politique de maîtrise d'énergie (consommation en eau, électricité...). Il incite ses collaborateurs à utiliser Intranet pour faire passer des informations et ainsi limiter la quantité de papier. En outre, les dossiers de presse ne sont plus imprimés mais envoyés par e-mail et, occasionnellement, livrés sur clefs USB.

Par ailleurs, la responsabilité d'un groupe producteur et diffuseur de contenus repose également sur sa volonté de sensibiliser le grand public aux enjeux du développement durable. Ainsi, M6 a joué en 2006 ce rôle éducatif via la série *Chaos sur la planète* constituée de 3 docu-fictions : *Super tornade*, *La grande inondation*, *La menace solaire*. Chacun de ces docu-fictions a réuni près de 4 millions de téléspectateurs. Ils ont présenté le déroulement de phénomènes naturels spectaculaires, conséquence possible des dérèglements climatiques. Ces situations, décryptées par des équipes de scientifiques (climatologues et géophysiciens), expliquaient comment et pourquoi de tels événements pourraient arriver. La série a été suivie par le magazine *Chaos sur la planète, ce qui nous attend vraiment* animé par Mac Lesggy qui a également porté sur les problèmes climatiques.

Indicateurs environnementaux

Consommation d'eau (en milliers de m ³)	Rejet de CO ₂ (en millions de kg)
2005 24,6	2005 0,431
2006 25,8	2006 0,434

Consommation d'énergie électrique (en kWh)	Production de déchets (en tonnes)
2005 7 281 992	2005 228
2006 7 784 987	2006 239



Chaos sur la planète

FOCUS MÉTIER

Directeur des opérations de Mistergooddeal.com

Philippe, 35 ans



“
 Derrière un site Web marchand, il y a toute une organisation, des hommes, du service, de la technique, des exigences de qualité pour satisfaire les clients. Tout part du clic de validation de la commande : préparation des commandes, gestion des stocks, expédition, facturation et encaissement, c'est une vraie chaîne logistique qui se déroule, et qui se poursuit en cas de retour de la marchandise, jusqu'à d'éventuelles réparations. Les clients nous font confiance, ils achètent sans avoir essayé le produit, nous leur devons de travailler avec une forte culture du résultat, en alliant rapidité et efficacité. Entreprise citoyenne, nous encourageons la reprise des anciens matériels et leur insertion dans des filières de recyclage. Pour nous la qualité de service, c'est de la vie quotidienne !”

Participation à la sauvegarde de l'environnement

Le décret du 20 juillet 2005 et ses 5 arrêtés d'application imposent la collecte sélective, le traitement de recyclage des Déchets d'Équipement Électrique et Électronique (DEEE ou D3E). Il est prévu que :

- d'une part, chaque entreprise mettant un produit sur le marché en France prend à sa charge la collecte, le traitement et l'élimination des équipements électriques ou électroniques

- d'autre part, les détaillants et revendeurs reprennent gratuitement les appareils usagés lorsque les clients achètent un nouvel appareil de nature identique. Ils perçoivent auprès du consommateur l'écocontribution qui sera collectée par le fournisseur.

Au sein du Groupe M6, Mistergooddeal et Home Shopping Service sont soumis à ces obligations et veillent notamment à fournir aux consommateurs les informations environnementales et à revêtir un marquage spécifique et autres informations complémentaires (producteur, date...) sur tous les équipements électroniques ou électriques.

Dans ce contexte, ces deux sociétés de vente à distance :

- adhèrent à un Éco-Organisme
- sont enregistrées auprès de l'ADEME (Agence gouvernementale de l'environnement et de la maîtrise d'énergie)
- pourvoient à la collecte sélective pour chaque catégorie d'équipements
- informent les acheteurs des coûts unitaires supportés pour l'élimination des DEEE
- acceptent, sur demande du client, la reprise gratuite d'un appareil usagé lors de l'achat d'un produit du même type.



NOTRE RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE **SOCIALE**

Actif et attentif en matière de recrutement

En 2006, 257 collaborateurs ont été embauchés en CDI (contre 145 en 2005) : au 31 décembre, l'effectif total s'élève à 1 643 collaborateurs permanents. M6 confirme ainsi sa vocation de Groupe créateur d'emplois.

Dans sa politique de recrutement, M6 s'engage, dans le respect de la Charte de la diversité, à ce que son effectif reflète la mixité présente au sein de la population française. Le Groupe M6 a ainsi développé des contacts et des rencontres réguliers avec des associations, dont notamment IMS « Entreprendre pour la Cité », en faveur de l'insertion des personnes susceptibles de subir des discriminations.

Soucieux du respect de la parité, le Groupe M6 compte 50% de femmes au sein de son effectif total. Ce pourcentage atteint 53% parmi les cadres du Groupe (hors Football Club des Girondins de Bordeaux).

M6, groupe dont les collaborateurs ont en moyenne 34 ans, fait un effort tout particulier envers les jeunes, pour leur proposer d'entrer durablement dans la vie active.

Transmettre un savoir-faire

La réussite du Groupe M6 est le fruit d'un travail collectif. Le Groupe a pour volonté de créer des équipes compétentes, unies et performantes et de favoriser la fidélité des collaborateurs. Il transmet le savoir-faire de ses collaborateurs notamment à ses stagiaires et le développe en portant une attention particulière à la formation et la mobilité.

DES RENCONTRES COLLABORATEURS

Des petits déjeuners avec des membres du Directoire sont organisés une fois par trimestre : en moyenne 10 à 12 collaborateurs, en place depuis au moins deux ans et qui occupent des postes en évolution, y sont reçus avec la volonté de favoriser la mixité des services et des sociétés.

Les cadres à haut potentiel du Groupe participent à des journées de formation au sein du siège du Groupe RTL à Luxembourg, pour découvrir le groupe et rencontrer leurs homologues étrangers.

L'ENTRETIEN ANNUEL

Outil d'évaluation indispensable aux collaborateurs comme aux managers, l'entretien annuel permet d'aborder le sujet de l'évolution professionnelle et des souhaits de formation. Cette année encore près de 85% des collaborateurs ont complété leur livret d'entretien annuel qui formalisait notamment ces deux points.

1 719 jours

alloués à la formation des collaborateurs
du Groupe en 2006

Code de déontologie

Le code de déontologie du Groupe est remis à chaque nouvel arrivant, il est également disponible dans l'Intranet. Au-delà du respect de la loi et des engagements contractuels, le code de déontologie est un ensemble de principes professionnels que chaque salarié doit observer pour sa propre

conduite et pour orienter ses choix dans les actions entreprises, en gardant en permanence à l'esprit le souci de servir le public et les clients, ainsi que l'ensemble des partenaires et interlocuteurs, avec professionnalisme, diligence, neutralité et discrétion.



La rédaction

LA FORMATION INTERNE

M6 développe les compétences de ses salariés par une politique de formation continue, qui s'articule autour de formations à ses métiers, au management et de plus en plus à la maîtrise des langues. Le nombre d'actions de formation est en croissance, et a concerné 606 personnes en 2006. Une commission formation valide et suit les choix faits en termes de formation.

Pour individualiser davantage encore les actions de formation et les adapter aux projets professionnels des salariés, le DIF (Droit Individuel à la Formation) a été déployé cette année. Chaque salarié à plein temps dispose d'un DIF de 21 heures par an, cumulables sur une période de 6 ans et gérées par année civile.

LA POLITIQUE DES STAGES

Dans le respect de la Charte nationale sur les stagiaires, le Groupe mène un certain nombre d'actions en faveur des stagiaires étudiants avec une grille d'indemnisation appropriée.

Favoriser le bon déroulement du stage

En 2006, le Groupe a accueilli et formé 400 stagiaires dans le cadre de leur cursus pédagogique ; ces stages sont tous conventionnés et indemnisés et durent pour la plupart de 3 à 6 mois. M6 a aussi embauché 13 jeunes en alternance (apprentissage ou professionnalisation) et a accueilli de nombreux élèves des classes de 3^e ou de 2^{de} en stage d'observation d'une semaine. Totalement intégrés à l'ensemble des équipes,

les stagiaires participent à un séminaire de présentation du groupe, reçoivent un kit de bienvenue avec le livret d'accueil et le code de déontologie du Groupe. Ils sont encadrés pendant toute la durée du stage par un tuteur qui a préalablement reçu une formation spécifique au management.

Préparer les futurs recrutements du Groupe et fidéliser les stagiaires

Avant la fin de leur stage, les jeunes sont reçus en entretien d'évaluation avec leur tuteur, ce qui permet de valider leur choix d'orientation professionnelle ainsi que leur potentiel et leur motivation pour le Groupe. Leurs candidatures sont privilégiées dans le cadre des recrutements à des postes de juniors, immédiatement à l'issue de leur stage ou ultérieurement ; dans cet esprit, et pour garder le contact avec eux, M6 leur adresse, tous les trimestres, une newsletter pour les informer de l'actualité du Groupe, mais aussi des postes de juniors à pourvoir. En 2006, 62 stagiaires ont été recrutés en contrat à durée déterminée, indéterminée, pige ou intermittent.

MOBILITÉ

M6 encourage la mobilité interne en publiant, en temps réel, dans l'Intranet tous les postes à pourvoir dans le Groupe et privilégie ainsi les candidatures internes et celles des salariés de TPS dans le cadre du rapprochement de cette entité avec le Groupe Canal+. Une réunion mensuelle avec tous les Responsables Ressources Humaines du Groupe permet de faire un point sur les postes

à pourvoir et les personnes souhaitant une évolution professionnelle, sujet préalablement abordé lors de l'entretien annuel d'évaluation.

En 2006, 42 personnes ont bénéficié de la mobilité interne dont 16 hommes et 26 femmes (*sont prises en compte les mutations d'un service à un autre au sein du Groupe, sont exclues les promotions ou changements de poste au sein d'un même service.*)

Promouvoir une vie professionnelle épanouie



MOTIVATION ET IMPLICATION

En sus de leur salaire de base, tous les salariés bénéficient d'un 13^e mois et, le cas échéant, d'une rémunération complémentaire. De plus, en 2006, 1 173 salariés ont pu bénéficier de l'abondement en application du plan d'épargne groupe, s'ajoutant aux versements de la participation et de l'intéressement qui ont concerné 1 778 collaborateurs du Groupe.

Le Groupe M6, convaincu que l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle des salariés participe à la bonne performance de l'entreprise, n'hésite pas à proposer des emplois du temps aménagés : 6% des collaborateurs du Groupe sont ainsi à temps partiel (hors Girondins de Bordeaux et Mistergooddeal). En 2006, le taux d'absentéisme s'est élevé à 10% par rapport au nombre d'heures de travail théorique des salariés du Groupe.

L'ensemble des collaborateurs du Groupe M6 évolue dans un environnement de travail agréable et fonctionnel. Un local médical est installé au siège, les locaux du Groupe sont entièrement non-fumeurs, et le restaurant d'entreprise permet à chaque collaborateur de déjeuner, mais aussi de dîner, tous les jours de la semaine, et même le week-end pour tenir compte des horaires de travail du personnel en charge d'assurer la continuité de la diffusion de l'antenne. Au 3^e trimestre 2006, le Groupe a offert à l'ensemble des collaborateurs qui déjeunaient entre 12h et 12h30 un dessert ou une entrée gratuite, afin

de réguler la fréquentation du restaurant d'entreprise, renforçant ainsi le confort de chacun.

Les locaux sont visités chaque trimestre par le CHSCT (Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail), qui contribue à la prévention des risques professionnels et à l'amélioration des conditions de travail. En 2006, une procédure a ainsi été mise en place, en partenariat avec la médecine du travail, pour permettre la surveillance médicale renforcée de l'audition de chaque collaborateur travaillant avec des casques audio. Par ailleurs, en 2006, les actions de formation incendie et sauveteur secouriste au travail ont été doublées par rapport à 2005.

Enfin, au titre du 1% logement, le Groupe M6 cotise auprès d'un organisme collecteur et propose à ses collaborateurs des prestations attractives en cas d'emménagement, achat d'un logement, rénovations et mobilité, avec, par exemple, l'aide à la location, grâce au financement du dépôt de garantie (avance sous la forme d'un prêt sans intérêts).

PROMOUVOIR LE DIALOGUE SOCIAL

Le Groupe M6 s'engage à promouvoir le dialogue social. De nouvelles élections des représentants du personnel ont ainsi été organisées en 2006, portant la durée du mandat des membres du Comité d'Entreprise (CE) et des délégués du personnel à 4 ans (contre 2 ans auparavant). Le groupe a choisi de mettre en place des réunions de travail visant à éclairer le CE. Ainsi, une

commission mutuelle et une commission restauration ont été créées.

De plus, le Comité de Liaisons et d'Information, qui réunit deux fois par an les représentants de chaque société du Groupe et le président du Directoire, est un relais supplémentaire de communication de la direction avec les salariés.

De nombreuses réunions ont eu lieu en 2006 avec les délégués syndicaux, permettant de conclure des accords collectifs, et notamment un accord portant sur la durée du travail au sein de l'UES (Unité Économique et Sociale). Un accord concernant les frais de soins de santé et de prévoyance a également été conclu, afin de maintenir le niveau de remboursement des soins et la prise en charge des risques d'invalidité, d'incapacité et de décès, à l'ensemble des collaborateurs, ce qui vise à garantir pour l'avenir un régime de soins pérenne.

Enfin, 2006 a été marquée par la signature finale de l'accord de branche « STP » (Syndicat des Télévisions Privées), déterminant le statut des intermittents dans les sociétés de diffusion.

La direction des relations sociales du Groupe M6 a participé très activement à l'élaboration et la conclusion de cet accord, témoignant d'une volonté affirmée de fixer le statut des intermittents dans le Groupe, et plus largement dans toute la profession.

FOCUS MÉTIER

Responsable des études Ressources Humaines

Julie, 36 ans



Être à l'écoute des collaborateurs

Par ailleurs, le CE propose différentes prestations : chèques-cadeaux pour les naissances, participation aux frais d'activités sportives et culturelles des collaborateurs, organisation de vacances, séjours week-end sportifs ou touristiques, arbre de Noël des enfants des collaborateurs... La communication interne est l'essence même d'une bonne synergie, elle constitue une des priorités du Groupe et permet de révéler le potentiel humain, de véhiculer et de partager la culture, les valeurs et les savoir-faire, notamment à l'aide d'outils adaptés, entièrement dédiés aux collaborateurs :

- le journal vidéo interne mensuel, retransmis sur les postes de télévision à l'ensemble des collaborateurs, filme l'actualité des services, des métiers, les événements internes...
- la lettre mensuelle présente l'ensemble des activités du Groupe : nouveautés programmes, audiences, CD/DVD, spectacles, éditions, collections...
- l'Intranet, très consulté avec près de 1 800 000 pages vues en 2006, est un véritable relais d'information réactif et évolutif. Actualisé au quotidien, il met également à disposition des news sur le Groupe, les filiales et les médias, des documents incontournables (organigramme, rapport annuel, communiqués de presse, campagnes publicitaires, etc.), un lien sur chacun des 32 sites du Groupe (de m6.fr à m6boutique.com, en passant par skaaz.fr

M6 ne se limite pas à la télévision. C'est un vrai groupe avec un grand nombre de métiers, de managers et d'équipes opérationnelles. C'est une ruche dans laquelle il se passe toujours quelque chose. Pour que tout cela fonctionne en bonne intelligence, il faut du liant, une qualité de relations humaines et sociales. Avec les équipes Ressources Humaines du Groupe, c'est mon rôle de faciliter tout cela. Nous gérons les relations sociales au quotidien, que ce soit par leur aspect institutionnel – le Comité d'Entreprise ou les délégués du personnel –, ou par un aspect plus individuel autour des contrats de travail. Il faut aussi savoir travailler dans un rapport de proximité avec les gens, pour écouter, faciliter le dialogue. Le point commun de toutes les équipes : la passion de leur métier.”

Des guides pratiques pour les collaborateurs

M6 facilite la vie des salariés en leur remettant des livrets d'information thématiques :

- L'essentiel à connaître sur le Groupe est à découvrir dans le « livret Groupe » : dates et chiffres clef, activités du Groupe, numéros utiles,

valeurs et éthique de la chaîne. « M6 c'est donner des chances égales à chaque homme et femme de toute culture, nationalité ou religion dans le cadre du recrutement, du développement personnel et professionnel ou de la promotion. Adhérer aux

valeurs du Groupe c'est favoriser l'esprit d'équipe, encourager la synergie entre les filiales et les services afin de mieux se connaître. Appartenir au Groupe M6 c'est pouvoir allier dynamisme, exigence et réactivité au quotidien. »

- Le « livret santé et prévoyance » : les collaborateurs bénéficient d'un régime de frais soin de santé et d'un régime de prévoyance, qui leur assurent, à la fois un meilleur niveau de remboursement des soins de santé et une prise en charge

des risques invalidité, d'incapacité et de décès.

- Le « livret épargne » : l'épargne salariale est une opportunité de se constituer une épargne supplémentaire grâce à la contribution du Groupe (participation, intéressement et abondement).

ou femme-en-ville.com), des informations sociales (accords d'entreprise, guide épargne salariale, mobilité, formation...), des portraits de collaborateurs, mais aussi des logiciels spécifiques aux métiers...

- des écrans de télévision, dans les halls d'accueil et les ascenseurs, diffusent les audiences quotidiennes et des flashes d'information.

Autant de supports qui, dans un souci de cohésion et de transparence, mutualisent l'information, valorisent les activités, les métiers et les hommes qui constituent la force du Groupe.

UNE COMMUNICATION FÉDÉRATRICE

M6 renforce le lien social en organisant tout au long de l'année, pour les collaborateurs, des jeux liés aux activités du Groupe. Dans le cadre de l'implication de M6 dans la Coupe du Monde, durant un mois, les collaborateurs ont pu participer par équipe de 5 à un grand jeu interne de pronostics.

Chaque année, M6 s'implique dans la fête de l'entreprise, avec pour objectif de célébrer l'entreprise comme lieu de vie. Ce moment est l'occasion pour les salariés du Groupe de partager un moment de convivialité.

M6 SE MOBILISE

Deux fois par an, l'entreprise planifie, devant ses locaux, une collecte de dons de sang avec l'Établissement Français du Sang. De nombreux collaborateurs y contribuent, permettant à M6 de se placer au-dessus de la moyenne nationale du don en entreprise située autour de 7%.

L'ACCUEIL DES NOUVEUX ARRIVANTS

Pour que les premiers pas dans l'entreprise se déroulent dans des conditions optimales, les nouveaux entrants sont conviés à une journée d'intégration, présentée par des directeurs du Groupe, et reçoivent un guide d'information pratique. Un espace leur est dédié dans l'Intranet pour leur permettre aisément de prendre connaissance des informations prioritaires.



La fête de l'entreprise

Ci-contre : le concert à l'hôpital Necker



ANTENNE M6

A photograph of Justin Timberlake performing on stage. He is wearing a dark suit and tie, singing into a microphone. The stage is lit with blue and green spotlights, and there are other musicians visible in the background.

PRODUIRE

33 formats
différents produits en 2006 par W9 Productions

Justin Timberlake

La création en action

Un grand nombre d'émissions diffusées à l'antenne sont aujourd'hui produites par M6. À l'image du nouveau magazine d'actualité *66 Minutes*, les sociétés de productions internes élaborent des programmes créatifs dans des genres et des formats allant de l'information, avec **C.Productions** et **Métropole Production**, aux divertissements, avec **Studio 89 Productions** et **W9 Productions**.

L'INFORMATION SOUS TOUS LES ANGLES

C.Productions est à l'origine des rendez-vous de l'information qui font la spécificité de M6 (*Zone Interdite*, *Capital*, *Secrets d'actualité*) et d'émissions plus récentes qui offrent un décryptage toujours aussi réactif de l'actualité (*Enquête exclusive*, *100% Foot*, *66 Minutes*). C.Productions produit également de grands documents (*Quand l'Algérie était française*) et des feuillets du réel (*Ma vie au Commissariat*).

Métropole Production produit les magazines *Turbo*, *Sport 6*, *M6 Kid*, ou encore le *12:50*, nouveau journal de la mi-journée lancé avec succès en 2006.

DES DIVERTISSEMENTS ORIGINAUX ET ATTRACTIFS

Spécialistes du divertissement, Studio 89 et W9 Productions produisent des émissions tant pour M6 que pour les chaînes numériques du Groupe. Magazines, jeux ou documentaires musicaux, autant de formats qui illustrent la volonté de développer en interne une production de flux puissante et originale.

Studio 89 poursuit en 2006 sa recherche de talents prometteurs, incarnés par une nouvelle génération d'animateurs (Alessandra Sublet, Pierre Mathieu ou Sandra Lou...).

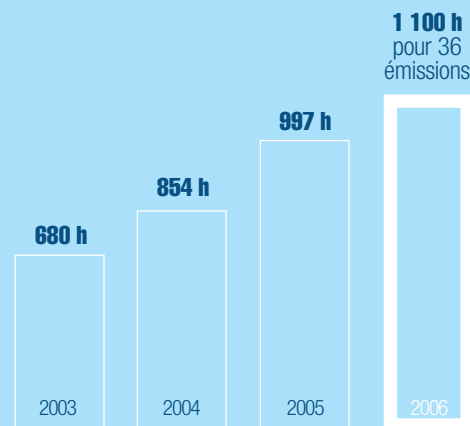
Pour M6, Studio 89 produit notamment 6 émissions quotidiennes (*Morning Café*,

Jour J et *Tubissimo...*), 3 émissions hebdomadaires (*Classé Confidentiel*, *Hit Machine*, *Fan de*) ainsi que plusieurs prime time et 2^{des} parties de soirées (*Classé Confidentiel*, *Le meilleur de Franck Dubosc*, *Le pire du pire de Michaël Youn...*).

Pour les chaînes numériques du Groupe, Studio 89 propose de nombreux programmes, qu'ils soient hebdomadaires (*En quête d'action* pour W9, *Hit TF6*, *Les Dossiers de Téva*, *Fun People...*), mensuels et événementiels (*100% séries* pour Série Club, *Nouvelle Star ça continue* pour Fun TV), ou unitaires (*Le meilleur du pire de Michaël Youn* pour TF6).

W9 Productions s'illustre cette année dans la production de concerts événementiels avec les *W9 Live* offrant les concerts privés de stars comme Justin Timberlake, Placebo ou Diam's. Riche en variétés et divertissements, l'année 2006 présente également des soirées événementielles avec *Laurent Gerra fait son show* et plusieurs éditions du *Grand marathon du rire*. Par ailleurs, le concept de *Pékin Express*, grand jeu d'aventure dont la 2^e édition (*Pékin Express : la route de l'Himalaya*) sera diffusée sur M6 en prime time début 2007, connaît un franc succès.

Heures de programme produites par Studio 89



FOCUS MÉTIER

Coordnatrice artistique de W9 Productions

Marianne, 33 ans



Après des études d'histoire et 9 ans dans le Groupe, mon travail est maintenant de raconter des histoires et de les rendre intéressantes pour le téléspectateur. Chacune des émissions que je conçois est une aventure qu'il faut conduire au pas de course. Je travaille en partenariat avec les autres chaînes, avec les unités de programme pour fabriquer des séries événementielles, des télé-réalités originales. Il y a beaucoup d'invention, d'imagination dans ce que je fais. Une fois le projet d'émission constitué, je dois m'occuper de tout : écrire l'histoire, les commentaires, choisir les musiques, superviser le montage pour coller à la cible. Tout cela c'est du travail en équipe avec des dizaines de personnes qualifiées et passionnées, en gardant le souci du moindre détail. Ça demande de l'énergie, du temps et de la coordination, c'est à ce prix que nous réunissons une émission complètement originale comme *Pékin Express*."

A close-up portrait of a woman with short, dark, wavy hair, smiling warmly. She is wearing a dark-colored button-down shirt. The background is plain white.

INFORMER

N°2

Le 12:50 est le 2^e journal de la mi-journée
auprès des moins de 50 ans

Nathalie Renoux

Au cœur de l'actualité

Avec les lancements réussis de nouveaux programmes dont un magazine d'actualité et un talk-show, et l'arrivée d'un nouveau rendez-vous politique, M6 poursuit en 2006 son investissement dans l'information et le décryptage de l'actualité.

UNE POLITIQUE D'INFORMATION AMBITIEUSE

Programmes phares de la chaîne en première partie de soirée, les magazines *Capital* et *Zone Interdite* atteignent une moyenne commune de 4,1 millions de téléspectateurs.

En 2006, *Zone Interdite* gagne plus de 200 000 spectateurs : une hausse encore plus sensible depuis l'arrivée de Mélissa Theuriau comme présentatrice de l'émission en septembre.

De son côté, *Capital*, présenté par Guy Lagache, reste un standard inimitable après bientôt 14 ans d'existence.

Le magazine des coulisses de l'économie

a atteint sa meilleure audience depuis 5 ans en réunissant 5,7 millions de téléspectateurs devant un numéro intitulé « Toujours plus riches : fortunes, secrets et révélations ».

Dans un univers de concurrence pourtant renforcé, *Secrets d'actualité* et *Enquête exclusive* connaissent une année de consolidation en 2^e partie de soirée : une audience stable pour *Secrets d'actualité* (1,7 million de téléspectateurs) désormais présenté par Eric Delvaux, et une hausse constante pour *Enquête exclusive* (1,6 million de téléspectateurs) toujours animé par Bernard de la Villardière. *Enquête exclusive* a battu son record d'audience avec 2,4 millions de téléspectateurs devant un numéro consacré à « La vie cachée du périphérique ». Par ailleurs, *Enquête exclusive* a de nouveau été récompensé cette année au Festival International du scoop et du journalisme d'Angers ; des récompenses accordées par des professionnels qui

reconnaissent ainsi l'implication toujours plus forte de la chaîne dans l'information et les sujets d'investigation.

UNE ANALYSE DE L'ACTUALITÉ EN 66 MINUTES

Depuis la rentrée de septembre, une nouvelle émission est venue s'ajouter à ces 4 succès du dimanche : *66 Minutes*, un magazine d'actualité hebdomadaire présenté en direct par Aïda Touihri. En quelques mois, l'émission a atteint les 2,5 millions de fidèles chaque dimanche (une progression de plus de 600 000 téléspectateurs pour la chaîne sur cette case). *66 Minutes* offre un panorama très riche de l'actualité depuis le témoignage exclusif d'un géolier d'Ingrid Betancourt jusqu'au portrait d'artistes, en passant par la vie des SDF. Un éclectisme et une originalité salués par le public.



T'empêches tout le monde de dormir, le talk-show réactif et interactif

L'arrivée de Marc-Olivier Fogiel et d'une nouvelle émission hebdomadaire en 2^e partie de soirée sous la forme d'un talk-show intitulé *T'empêches tout le monde de dormir* est une nouveauté majeure

pour l'information en 2006. Stars de la musique ou du cinéma, acteurs de la scène politique ou héros de l'actualité, ils viennent chaque mardi se confier et débattre sur le plateau

de celui dont la réputation n'est plus à faire et qui a notoirement fait progresser la chaîne sur cette tranche avec plus de 18% de part de marché en moyenne sur l'ensemble du public.

FOCUS MÉTIER

Journaliste

Aïda, 29 ans



Je suis journaliste. Mes deux années dans le groupe ont été exclusivement consacrées à l'information, d'abord sur des petits magazines, puis dans des journaux comme Le 12:50, pendant l'été. Aujourd'hui, je présente le 66 Minutes, un nouveau magazine hebdomadaire d'actualité : une magnifique opportunité de pratiquer du journalisme citoyen, en faisant découvrir aux téléspectateurs les gens qui font l'actualité, à travers des reportages de 10 à 20 minutes. Nous proposons des sujets éclectiques : faits divers, actualité internationale, campagne présidentielle, coulisses du show-biz... Tout est en direct. Nous restons toujours dans le feu de l'action, entretenant une vraie complicité avec les téléspectateurs qui se prolonge par le site Web de l'émission."


L'INFORMATION AU QUOTIDIEN

Les rendez-vous quotidiens de l'info, ce sont d'abord des flashes, chaque demi-heure, entre 7 h et 9 h dans le cadre de l'émission matinale *Morning Café*, puis deux grandes éditions à 12 h 50 et 19 h 50 et des journaux locaux de 7 minutes à 20 h 40.

Grande évolution en 2006, l'édition de la mi-journée (ex-*Six'midi*) devient *Le 12:50* et passe du format « tout en images » à un vrai journal incarné, présenté par Nathalie Renoux. Un nouveau rendez-vous qui, dès son lancement, a augmenté le nombre de ses fidèles : *Le 12:50* est désormais le 2^e journal de la mi-journée auprès des moins de 50 ans.

Le 12:50





+200 000

télespectateurs en 2006
pour *Zone Interdite*.



ACCOMPAGNER

2 000

c'est le nombre d'élèves des 3 cantines scolaires auprès de qui Cyril Lignac a fait de la prévention

Ensemble au quotidien

Destinés à toute la famille, les magazines de la vie ont pour mission d'accompagner les téléspectateurs dans leur environnement quotidien et de nouer un dialogue autour de thèmes innovants.

RENCONTRER

Avec *L'Amour est dans le pré*, les téléspectateurs ont pu découvrir 10 agriculteurs ouvrant leur cœur afin de trouver l'âme sœur ; des rencontres qui ont passionné les spectateurs de M6. Cette année pour la 2^e saison, de nouveaux agriculteurs et agricultrices célibataires, tous charmants et particulièrement émouvants, décident à leur tour de s'adresser à la France entière pour trouver la personne qui partagera peut-être leur vie...

ÉQUILIBRER SON ALIMENTATION

Parents inquiets, enfants mécontents, la cantine scolaire fait débat. Dans *Vive la cantine !* le chef Cyril Lignac et le nutritionniste Jean-Michel Cohen ont mis leur savoir-faire et leur énergie au service de la santé des jeunes. Pendant plusieurs mois, Cyril Lignac a travaillé au quotidien dans 3 cantines pour essayer



de trouver des solutions afin qu'enfants et adolescents se nourrissent mieux. Une initiative applaudie par près de 5 millions de téléspectateurs.

CONSEILLER ET APPRENDRE

À côté des nouveautés, M6 poursuit la diffusion de programmes forts et fédérateurs qui permettent d'appréhender le quotidien avec sérénité, tels que *Chef la recette*, *Il faut que ça change*, *Recherche appartement ou maison*, *Super Nanny*, ou encore *E=M6*, un rendez-vous de référence présenté par Mac Lesggy, le « Monsieur science du petit écran ». *E=M6* reste un des programmes favoris du public de M6 après 500 numéros diffusés et 16 ans de présence à l'antenne.

D&CO, redécorer son intérieur

La décoration est devenue un véritable phénomène de société. Lancé au printemps et animé par la pétillante Valérie Damidot, le magazine *D&CO* est une vraie réussite regardée par 3,6 millions de téléspectateurs en moyenne le dimanche à 19 heures. Tout en les faisant rêver, l'émission fait travailler

l'imagination des téléspectateurs en proposant des solutions pratiques, faciles et abordables pour changer d'intérieur. Le succès de ce magazine hebdomadaire a permis sa déclinaison en prime time avec *D&CO, une semaine pour tout changer*, qui réunit 5,1 millions de téléspectateurs en moyenne.

FOCUS MÉTIER

Chef d'antenne régie finale

Thierry, 39 ans



La régie finale, c'est la tour de contrôle de la chaîne. Toute la diffusion des programmes passe par là, et la moindre erreur est immédiatement visible par des millions de téléspectateurs. De la rigueur, de l'attention doivent être partagées par toute l'équipe, ainsi qu'une forte réactivité. Dès le moindre problème, nous devons connaître chaque geste par cœur pour faire vite et bien. Nous suivons tout sur la conduite d'antenne, un document élaboré la veille qui décrit tous les éléments qui doivent être diffusés, soit plus de 700 éléments. Nous supervisons la bonne diffusion des programmes mais aussi l'habillage, l'insertion de logos, la signalétique, le sous-titrage et veillons au respect de la législation audiovisuelle en vigueur. Malgré tous les systèmes et les machines de haute technologie qui nous entourent, les interventions humaines restent déterminantes. Néanmoins les technologies nous apportent toujours plus d'efficacité. La prochaine étape, c'est le passage au « tout numérique ».



DIVERTIR

25 000

candidats auditionnés chaque année
pour *Nouvelle Star*

Des programmes de découverte

PARTIR À L'AVENTURE

En début d'année, la 1^{re} saison du jeu d'aventure *Pékin Express* a rassemblé en moyenne 3 millions de téléspectateurs le dimanche après-midi pendant 12 semaines. La saison 2, intitulée *Pékin Express : la route de l'Himalaya*, part de Pékin pour rejoindre Bombay, en passant par le Népal. Une course exceptionnelle dans de nouvelles contrées pour 10 nouveaux binômes qui n'auront qu'1€ par jour et par personne pour se nourrir, se loger et se déplacer... Une magnifique aventure humaine riche en émotions et en surprises !

DÉVOILER LES TALENTS

Cette année, les divertissements dénichent toutes sortes de virtuoses dans *Incroyable Talent*, des plus physiques aux plus drôles, des plus époustouflants aux plus loufoques... Un véritable succès pour cette 1^{re} édition présentée par Alessandra Sublet, qui réunit 4,3 millions de téléspectateurs en moyenne et séduit tout particulièrement les 15/24 ans.

CÔTÉ PEOPLE

Alessandra Sublet a repris avec brio le flambeau de *Classé Confidential*, l'émission qui revient chaque samedi à 20h05 sur les secrets les plus étonnants des films et séries cultes, des chanteurs ou des événements les plus marquants. Des secrets qui fascinent chaque semaine plus de 2 millions de téléspectateurs face aux journaux télévisés de la concurrence. *Classé Confidential* s'est même installé à deux reprises en prime time ; un pari réussi qui a captivé 4 millions de téléspectateurs !

RÉVÉLER LA VOIX DE DEMAIN

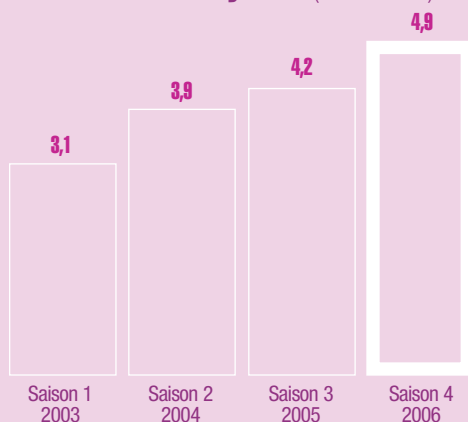
2006 est aussi l'année d'une 4^e saison exceptionnelle de *Nouvelle Star*. Cette fois encore, l'édition a battu son propre record d'audience en réunissant 4,9 millions de téléspectateurs en moyenne à 20h50. Parmi les 25 000 candidats auditionnés à travers la France, *Nouvelle Star* et son célèbre jury ont permis la consécration de Christophe Willem, un artiste hors pair dont l'album sera sans aucun doute l'un des événements musicaux de l'année 2007.

TOUJOURS PLUS DE MUSIQUE

2006 est l'année de la création d'un programme tout spécialement dédié à la musique live des plus grands artistes français et internationaux. *Concert Privé M6* a ainsi reçu Diam's, la plus grande artiste rap du moment, le groupe Placebo, un des monuments du rock, ainsi que Justin Timberlake, un artiste emblématique de sa génération.

En 2006, la chaîne renforce son dispositif *Talent M6*, puisqu'en complément de l'antenne M6 et des 3 sites Internet partenaires, *Talent M6* s'est vu relayé dans toutes les enseignes Virgin Megastore. Ainsi, les nouveaux talents ont pu être découverts par un public encore plus large et plus nombreux. Dans la lignée d'une action à l'égard des nouveaux talents francophones, M6 propose des formats comme *F comme Focus* (Emma Daumas, Nâdiya, Leslie, M. Pokora...), *D comme Découverte* (Christophe Mali, Louis, Gorillaz, Marcel & son Orchestre...) ou *T comme Talent* (Pauline Croze, Martin Rappeneau, Anaïs, Kaolin).

Nouvelle Star : évolution de l'audience moyenne (en millions)



Incroyable Talent



Nouvelle Star



S'AMUSER

311 heures

En 2006, l'offre « enfants » de M6 représente 311 heures de programmes *M6 Kid*, dont 300 heures de dessins animés et 11 heures de magazines.

L'univers des enfants

M6 KID, UN COCKTAIL VITAMINÉ

Les enfants ont trois rendez-vous par semaine avec *M6 Kid* : le mercredi matin à 9h45, le samedi matin à 6h45 et le dimanche matin à 9h30, ainsi que des rendez-vous matinaux quotidiens en période de vacances scolaires (février, Pâques, été, Toussaint). Pendant les vacances de Noël, le jeune public de M6 a la chance de retrouver tous les matins dans la case *Ciné Noël* de nombreux longs métrages français et européens ainsi que des programmes spéciaux qui s'inscrivent dans la tradition de Noël (*T'Choupi*, *Le Château des Singes*, *Barbie au bal des 12 princesses*).

Sur l'année 2006 *M6 Kid* réunit en moyenne 400 000 téléspectateurs le mercredi, 200 000 le samedi et 700 000 le dimanche. Pendant les vacances scolaires en saison (hors été), *M6 Kid* réunit en moyenne 500 000 téléspectateurs.

M6 INVESTIT DANS SA GRILLE JEUNESSE

Les investissements de la chaîne dans l'animation concernent aussi bien des séries que des films d'animation et se montent en 2006 à 5,5 millions €.

De nombreuses coproductions de séries d'animation françaises ont trouvé leur place dans les grilles jeunesse de la chaîne, qu'il s'agisse d'adaptations de bandes dessinées à succès (*Spirou et Fantasio*, *Les 4 Fantastiques*, *Monster Allergy*) ou d'adaptations d'œuvres du patrimoine comme *Le vilain petit canard et moi* qui donnera lieu à un long métrage en 2007.

En plus des coproductions, la chaîne investit également dans des acquisitions de programmes animés français ou internationaux, telle la série *Charlotte aux Fraises*, un succès international qui a déjà donné lieu à de nombreuses exploitations de produits dérivés.



Charlotte aux Fraises

Lucky et Maeva Berthelot





5,9 millions

de téléspectateurs : c'est l'audience record
de *Desperate Housewives*

RÊVER

Desperate Housewives

Des fictions en série

DES FICTIONS FRANÇAISES ORIGINALES AU TON DÉCALÉ

La créativité et l'innovation dans la fiction française restent un enjeu majeur pour M6. En faisant appel à des producteurs, scénaristes, réalisateurs et comédiens virtuoses, M6 propose des personnages et des histoires qui correspondent à son image : une chaîne moderne et impertinente qui vise un public de plus en plus large. Avec des séries de prime time, des miniséries événementielles, des téléfilms, des séries d'access et des programmes courts, M6 continue d'explorer de nouveaux territoires et d'imposer de nouveaux talents.

L'humour continue d'attirer le plus grand nombre, à l'image de *Kaamelott* qui réunit en moyenne près de 4 millions de téléspectateurs tous les soirs en access (18h-20h30). Ainsi, les chevaliers de la Table ronde seront en prime time pour une soirée événementielle avec Alain Chabat en 2007.

Au secours les enfants reviennent, le téléfilm avec Roland Giraud, Fanny Cottençon et Bruno Salomone a attiré 4,6 millions de téléspectateurs.

Avec les lancements réussis de cinq nouvelles séries en 2006, M6 peut désormais compter sur *Les Bleus* (5,2 millions de téléspectateurs), *Les Tricheurs* avec Pascal Légitimus (4,9 millions de téléspectateurs) ou *Alice et Charlie* (3,7 millions de téléspectateurs).

Le succès de *Laura* confirme le statut de M6 comme grande chaîne généraliste : cet été, la première saga de M6 a réuni en moyenne 4,1 millions de téléspectateurs.

DES SÉRIES ÉTRANGÈRES CULTES

M6 confirme son savoir-faire sur les séries étrangères. Cette année s'est notamment distinguée par la diffusion de deux séries cultes, *Desperate Housewives* et *Prison Break*, dont les succès d'audience et l'impact sur le public en ont fait de véritables phénomènes de société.

Desperate Housewives diffusée à partir de mai 2006, a permis à 4,7 millions de téléspectateurs de partager le quotidien des femmes au foyer les plus célèbres de la planète. Grâce à M6 qui lui a donné l'ampleur qu'elle méritait, *Desperate Housewives* a rencontré un succès

Récompenses

Laura, *Kaamelott* et *Les Tricheurs* ont été récompensés au 8^e festival de la fiction TV à Saint-Tropez.

remarquable à la hauteur de son originalité et de la qualité extrême de son écriture.

L'année 2006 souligne également la puissance de l'offre sur les séries du vendredi soir, avec l'arrivée de deux nouvelles séries policières au succès immédiat : *Médiuim* et *Numb3rs*. Ces séries viennent compléter une offre déjà bien installée avec *NCIS : enquêtes spéciales*, qui a remporté pour la saison 3 un succès encore plus important que les années précédentes et un record d'audience à 6,7 millions de téléspectateurs. La relève de *NCIS* est désormais assurée avec *Bones*, le nouveau grand succès de M6, qui réunit 5 millions de téléspectateurs en moyenne le vendredi soir.

De nombreuses nouvelles séries étrangères sont proposées à l'antenne en 2006 : des



Prison Break

Prison Break, la série événement

Diffusée à la rentrée de septembre 2006, *Prison Break* a passionné 5,8 millions de téléspectateurs en moyenne. Lors du dernier épisode, ce sont 7,5 millions de téléspectateurs qui ont suivi l'évasion des prisonniers de Fox River, permettant à M6 de battre son record absolu

d'audience sur l'année. Encore une fois, M6 a su développer toutes les synergies autour de ses programmes en proposant une version française du générique avec l'artiste Faf Larage, dont le single est n° 1 des ventes en 2006. Révélé par M6, l'acteur Wentworth Miller est devenu en quelques

semaines la personnalité TV préférée des Français*.

* Classement réalisé par l'IFOP pour le magazine TV GRANDES CHAINES les 18-19 décembre 2006 et 2 janvier 2007 auprès de 1 000 individus de plus de 15 ans. Étude portant sur 50 personnalités TV pour l'année 2006. TV GRANDES CHAINES N° 73 du 13-26 janvier 2007

FOCUS MÉTIER

Responsable acquisitions de fictions US

Sidonie, 30 ans



“ Nous identifions les films et les séries qui rencontrent ou rencontreront des succès d'audiences aux USA, afin de les acheter pour pouvoir les diffuser sur les chaînes du Groupe. C'est un métier à multiples facettes, où je visionne des programmes, et négocie leur acquisition en collaboration avec les personnes en charge de la veille, de l'artistique et du suivi des projets. J'assure ensuite le lien avec les producteurs américains, en les informant de la mise à l'antenne de leurs produits, des audiences et des éventuels plans marketing. Nous sommes en contact avec de nombreuses entités du Groupe (les unités de programme de la chaîne M6, les chaînes numériques, M6 Web pour la VoD ..) pour acquérir et décliner nos droits sur tous les supports. Rechercher les programmes longtemps à l'avance est un travail passionnant car il faut anticiper ce que notre public aimera découvrir dans les années qui viennent.”

nouveautés américaines telles que *Summerland*, *La star de la famille*, *Wildfire*, *Kingdom Hospital*, *Special Unit 2*, *Révélation*, *Scrubs*, *Blind Justice*... mais également des séries européennes telles que *Ash & Scribbs* et *Arnaqueurs VIP* (GB), *Performers* (Italie) et *Mes adorables voisins* (Espagne). En 2006, M6 propose également les saisons inédites et attendues des séries familiales aux téléspectateurs comme *Smallville*, *Charmed*, *Stargate* ou *Nip/Tuck*.

UNE OFFRE CINÉMA ÉCLECTIQUE

L'offre cinéma 2006 confirme la montée en puissance de la chaîne avec de très bons scores dans des genres éclectiques : des films inédits fantastiques comme *Fusion*, *2 fast 2 furious*, *X-Men 2*, des films prestigieux comme *Gangs of New York*, des comédies avec *Comment se faire larguer en 10 leçons*, *Les 11 commandements* et *Gomez et Tavaréz*.

Cette année encore, M6 réaffirme son talent pour faire revivre les films cultes comme elle l'avait fait avec *Indiana Jones* et *Star Wars* les années passées, en proposant à son public la trilogie des *Retour vers le futur* programmés pendant trois semaines d'affilée en prime time.

Gangs of New York



ANDRÉ DUSSOLIER
KRISTIN SCOTT THOMAS
FRANÇOIS BERLÉAND
NATHALIE BAYE
JEAN ROCHERFORT
GUILLAUME CANET



NE LE DIS A PERS

M6 FILMS, PARTENAIRE DU CINÉMA

Les 9 films coproduits par M6 Films et sortis en 2006 ont cumulé 10,1 millions d'entrées, un score excellent de plus d'1 million d'entrées par film.

Cinq films se sont classés dans le top 20 des films français de l'année : *Ne le dis à personne*, 2^e film du réalisateur Guillaume Canet, prix Jacques Deray du meilleur film et césars des meilleur acteur, meilleur réalisateur, meilleure musique de film et meilleur montage, remporte un vif succès avec 2,7 millions d'entrées et se place en 8^e position du box-office français.

OSS 117, César des meilleurs décors, la comédie déjà culte de Michel Hazanavicius incarnée par Jean Dujardin, a fait un score remarquable de 2,3 millions de spectateurs.

Nos jours heureux, comédie à succès de l'été et 2^e film des réalisateurs Eric Toledano et Olivier Nakache, totalise 1,5 million d'entrées.

Astérix et les Vikings, produit par M6 Studio, a réalisé 1,3 million d'entrées.

Enfin, la comédie de Charlotte de Turckheim, *Les Aristos*, a pris la 19^e place du box-office français avec 0,9 million d'entrées.



6 300 000

de téléspectateurs pour le match Brésil-Croatie :
3^e meilleure audience de l'année

PARTAGER

M6, une chaîne sportive

UN PAS DÉCISIF DANS LE FOOTBALL

En 2006, avec 31 matches diffusés lors de la Coupe du Monde de football en Allemagne, M6 offre un événement sportif d'exception et des rencontres remarquables tels que Brésil-Croatie, Argentine-Serbie, République Tchèque-Italie, Brésil-Ghana, Allemagne-Argentine ou Angleterre-Portugal.

Ces rencontres ont été réalisées en HD et commentées par Thierry Roland et Christophe Josse, accompagnés de leurs deux champions du monde respectifs, Frank Leboeuf et Christophe Dugary. La qualité de ces deux duos comme des équipes de reportages sur le terrain et l'originalité de ton des émissions quotidiennes (*Sport 6* et *100% Coupe du Monde*) ont grandement contribué à la réussite de cette opération de vaste ampleur.

M6 acquiert également en 2006 les droits de diffusion des trois derniers tours décisifs de la finale de la Coupe de l'UEFA, et de la finale de la Super Coupe d'Europe, pour trois ans de plus.

100% Foot, le talk-show sportif le plus regardé du PAF

En passant du dimanche soir à minuit au samedi à 14 h, *100% Foot*, animé par Estelle Denis, a plus que doublé son audience, qui atteint désormais 900 000 téléspectateurs chaque semaine. Devenue culte notamment à l'occasion de la Coupe du Monde FIFA-2006 où elle a été programmée quasi quotidiennement, l'émission est aujourd'hui le talk-show sportif le plus regardé du PAF, reconnaissable par son ton impertinent.



100% Foot

SPORT 6, UN RENDEZ-VOUS EMBLÉMATIQUE

Depuis 1989, *Sport 6* propose chaque dimanche un résumé tout en images de l'actualité sportive. Son concentré d'informations et d'images marquantes, son redoutable « carton rouge » dénonçant les travers du sport, et son « coup de cœur » valorisant une fois par mois les plus belles actions sportives, font de *Sport 6* une émission incontournable de la chaîne, regardée par 3 millions de téléspectateurs.

TURBO, PLUS DE 1000 ÉMISSIONS AU COMPTEUR

Fidèle au poste à la tête du magazine automobile *Turbo*, Dominique Chapatte fête en 2006 le début de sa 20^e saison et offre une nouvelle formule auprès de 4 millions de téléspectateurs présents aux deux rendez-vous du samedi et dimanche.

M6 EST « HD READY »

M6 mène une politique volontariste pour développer la Haute Définition, qui garantit une qualité optimale de service et marque un progrès comparable à l'arrivée de la couleur à la télévision en 1967. Le Groupe a contribué activement à la promotion de la HD à travers le HD Forum dont il est l'un des membres fondateurs.

La Haute Définition offre aux téléspectateurs une qualité d'image exceptionnelle (définition et profondeur de champ supérieures) et un environnement sonore multicanal (qualité de son 5.1).

Déjà équipée d'une régie de diffusion HD, M6 prévoit d'adapter progressivement ses outils de production et de montage à cette nouvelle technologie.

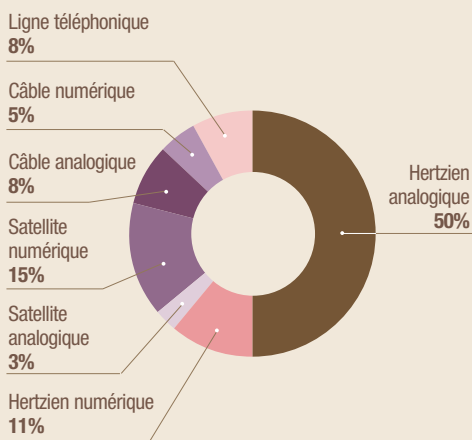
En 2006, la chaîne a déjà diffusé plus de 195 heures en HD, dont 31 matches de la Coupe du Monde de football. Pour 2007 l'objectif est de trois prime times en HD par semaine et 260 heures par an ; en 2008, M6 prévoit de diffuser 500 heures annuellement soit 1 h 30 par jour.

Déjà aujourd'hui, toutes les productions ou les coproductions de téléfilms et de séries sont réalisées en Haute Définition et la chaîne a négocié avec les « majors » la livraison en HD de toutes ses séries à succès : *Desperate Housewives*, *Prison Break*, *NCIS*, *Les 4400*, etc.

CHAÎNES NUMÉRIQUES

TÉLÉVISION DE COMPLÉMENT

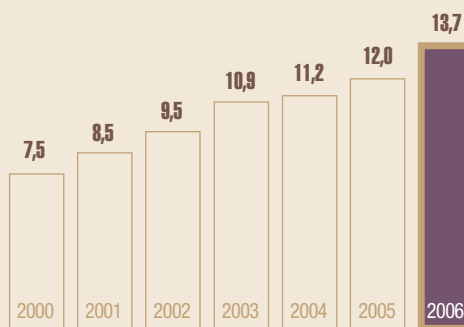
Répartition en 2006 des foyers TV par modes de réception



Source : M6

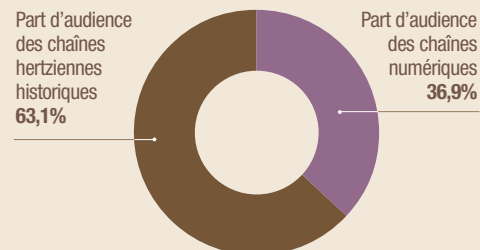
Part d'audience « Autres Télévisions » individus 4 ans et plus (en %)

La part d'audience des « Autres Télévisions » ne cesse de progresser sous l'effet du développement de la TNT.



Source : Médiamétrie

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



Dans cet environnement en forte mutation, le Groupe M6 est bien positionné avec une famille de chaînes complémentaires en matière de positionnement et de cibles.

Source : Médiamétrie/MédiaCabSat vague 11 / janvier - juin 2006.

Univers de diffusion des chaînes numériques du Groupe

Chaînes	Mode de réception				Individus initialisés (en millions)	ADSL	Mobile
	Analogique	Câble et satellite	TNT gratuite	TNT payante			
	■	■	■		53,0	■	■
		■	■		21,2*	■	■
		■	■	■	17,3*	■	■
		■			13,0*	■	■
		■		■	6,0	■	■
		■			5,5	■	■
		■			4,8	■	■
		■			4,3	■	■
		■			3,1	■	■
	Total équipés TV : 56,1 M individus (4 ans +)	Univers Câble et Satellite : 16 M individus	Univers TNT : 7,3 M individus		* Données Médiamétrie / REM octobre - décembre 2006		

Source : Médiamétrie / MédiaCabSat vague 11 / janvier - juin 2006.

Un marché en **mutation rapide**

L'ÉVOLUTION DES MODES DE RÉCEPTION ET DES OFFRES DE TÉLÉVISION

Il y a dix ans, en 1997, 84% des foyers recevaient la télévision hertzienne analogique, seuls 5% des foyers étaient équipés en télévision numérique permettant de recevoir plus que les 5 chaînes historiques. En 2006, 39% des foyers ont accès à la télévision numérique, sous l'effet du développement, d'abord des offres payantes (câble et satellite), puis des offres gratuites (TNT, ADSL,...)

La télévision de complément se démocratise aujourd'hui, grâce au lancement réussi, en mars 2005, d'une offre multichaine gratuite pour tous, la TNT (18 chaînes), sous réserve de s'équiper d'un boîtier et de se situer dans la zone

de couverture. Le réseau hertzien numérique couvre 65% de la population depuis octobre 2006. Les autorités prévoient d'étendre la couverture du réseau à 95% à terme, et à 80%, voire 85% d'ici la fin 2007. Par ailleurs, le succès rencontré par les offres multiservices Internet Haut Débit, Téléphonie, Télévision (dites « Triple Play ») permettent aux abonnés de bénéficier d'une offre de télévision élargie.

En 2006, 17% des foyers français sont équipés d'une offre de télévision de complément gratuite, et 33% d'une offre de télévision payante. 50% des foyers ne reçoivent encore que 5 chaînes. D'ici 2011, c'est l'ensemble des foyers français qui aura accès à une offre multichaine gratuite de

télévision numérique. Avec la numérisation de la diffusion, la réception TV devient progressivement accessible sur de nouveaux supports : ordinateur, téléphone mobile, baladeur multimédia. Par ailleurs, le développement de la TV numérique favorise l'apparition de nouveaux acteurs sur le marché de la distribution TV, et l'émergence de nouveaux usages, comme la VOD, accessible à la fois sur l'ordinateur et sur la TV.

UNE FAMILLE DE CHÂÎNES

En totale complémentarité avec l'offre M6, le Groupe compte 9 chaînes numériques, chacune avec une identité propre. Tandis que W9 privilégie la détente et la musique, Paris Première se positionne comme la chaîne de la culture et des spectacles, Téva est féminine jusqu'au bout des ongles, M6 Music Hits, Rock et Black déclinent toutes les genres musicaux, TF6 axe sa communication autour du divertissement, Série Club porte bien son nom et, enfin, Fun TV s'adresse aux jeunes. Une famille de chaînes agrémentées par des programmes originaux et adaptés à chaque cible...

Dans le courant de l'année 2007, TF6 et Série Club seront reprises sur la nouvelle plate-forme Canal+ France.

La loi « Télévision du Futur »

La loi relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur a été adoptée définitivement le 22 février 2007 par le Parlement. Elle prévoit l'arrêt de la diffusion analogique au plus tard le 30 novembre 2011,

et définit le cadre juridique de la Télévision Haute Définition et de la Télévision Mobile Personnelle. En outre, elle prolonge l'autorisation d'émettre de M6 jusqu'en 2022, et accorde au Groupe M6, comme aux autres

acteurs historiques privés détenteurs d'une licence analogique, un canal supplémentaire, pour une nouvelle chaîne numérique gratuite, à l'arrêt de la diffusion analogique.

2,8

millions d'adaptateurs TNT vendus fin 2006



W9

33,5%

Leader des nouvelles chaînes de la TNT, W9 est regardée, chaque jour, par 33,5% du public équipé.

Source : Médiamétrie – Univers équipés TNT (moyenne lundi-dimanche/03 h-27 h) – novembre-décembre 2006

W9 live présenté par
Frédérique Bedos

Musique, **action**, détente

UNE OFFRE DIFFÉRENTE ET DIVERSIFIÉE

Depuis son lancement sur la TNT en mars 2005, avec 3,3%* de part d'audience moyenne, W9 affirme ses ambitions avec deux objectifs majeurs, à savoir cultiver sa différence et asseoir sa position de leader, à travers :

- **la consolidation de ses acquis** : les rendez-vous de la saison 2005-2006 ont été reconduits : *W9 Live* présenté par Frédérique Bedos, *En quête d'action* avec François Pécheux
- **le développement de nouveaux rendez-vous originaux** : W9 renforce son offre autour de programmes et de visages emblématiques avec *Fast Club*, animé par Stéphane Rotenberg, *Menu W9*, mis en scène par Vincent Desagnat et Benjamin Morgaine, Cécile Siméone aux commandes du *E-Classement*, ou encore

Sabrina avec @vosclips

• une offre cinéma et fiction

riche : W9 consacre deux soirées au cinéma et propose des séries cultes (*Friends*, *Numb3rs*, *Les Simpson*) et inédites (*The Unit* ou *Totally Frank*)

• une politique événementielle variée

: tout au long de l'année, W9 propose, en exclusivité et en direct, de grands événements de la scène musicale et sportive (*Les Grammy Awards*, *L'Euro Espoirs 2007*, *La Coupe de l'UEFA*, *Le Supercross de Paris Bercy*).

Chaîne de caractère, moderne, résolument différente, W9 affirme sa volonté de continuer à offrir le meilleur programme à son public, les jeunes adultes.

* Source : Médiamétrie – Univers équipés TNT (moyenne lundi-dimanche/03 h-27 h) – novembre-décembre 2006

La puissance de la TNT

W9 bénéficie d'une réelle puissance de diffusion. Présente sur tous les réseaux de distribution (TNT, satellite, câble, ADSL), plus de 10 millions de foyers la reçoivent. Une montée en charge rapide de la TNT est prévue dans les cinq prochaines années permettant ainsi à W9 d'être reçue en 2011 par 95% de la population française. W9 est également disponible sur le téléphone mobile (Orange et Bouygues en téléphonie mobile 3G).

Prix

À l'occasion de la Nuit des Neuf TV, W9 a été récompensée en janvier 2006 pour la qualité de ses programmes musicaux. TV Notes 2006 a désigné, en juin, W9 comme la 2^e meilleure chaîne TNT de la saison*.

* Source : TV Notes organisé par Imédias (www.imedias.biz) et News Médias (www.newsmedias.fr) avec Europe 1 – 200 000 votes enregistrés

FOCUS MÉTIER

Responsable de la programmation de W9

Marie-Ange, 29 ans



W9, c'est la dernière née des chaînes du Groupe, avec déjà une forte diffusion et exposition deux ans après son démarrage sur la TNT gratuite. Mon travail est au cœur de la chaîne, il consiste à programmer les émissions, en fonction des tranches horaires, pour optimiser les performances de la chaîne et répondre aux attentes des téléspectateurs. Cela m'amène à collaborer avec tous les services : les unités de programmes, la direction des programmes et de la programmation de M6, les acquisitions. Travailler au sein d'un Groupe qui dispose d'une famille de chaînes, différentes et complémentaires, est un atout précieux. Lors de chaque lancement, nous cherchons à maximiser l'efficacité du programme et sa bonne intégration dans les grilles des autres chaînes."

PARIS PREMIÈRE

9,8 M

de téléspectateurs regardent
Paris Première chaque semaine.

*Source : Médiamat novembre 2006 – univers initialisés
Paris Première – couverture hebdomadaire seuil 1 seconde
+ audience réalisée sur les réseaux de diffusion non pris
en compte par l'étude MédiaCabSat (notamment celle
de la TNT)*



Campagne presse 20 ans

Paris Première : 20 ans et toujours différente !

Le 15 décembre 1986 à 19 h, Paris Première, « la première chaîne des Parisiens », est lancée sur le canal 8 de Paris Câble... Au milieu d'un paysage audiovisuel en constante évolution, Paris Première bénéficie toujours d'une belle visibilité et d'une identité exceptionnelle. Elle a su s'adapter et innover. La chaîne aborde sa 3^e décennie avec confiance.

UNE CHAÎNE TRÈS REGARDÉE

Accessible sur l'ensemble des réseaux de diffusion, Paris Première bénéficie sur la TNT de 2 heures quotidiennes en clair pour mieux exposer ses programmes. Plus de 21 millions d'individus la reçoivent pendant cette tranche horaire. 3^e au rang des chaînes les plus reçues en France (hors chaînes hertziennes historiques), Paris Première a enregistré un nouveau record d'audience auprès

des individus CSP+, et une progression annuelle supérieure à la moyenne des chaînes numériques en se classant 6^e chaîne numérique la plus regardée par les personnes âgées de 4 ans et plus, et 2^e pour les CSP+.

PARIS PREMIÈRE CULTIVE SA DIFFÉRENCE

Culturelle et glamour, au ton à la fois pétillant et audacieux, servie par des signatures prestigieuses, Paris Première met l'accent sur les événements, le théâtre, les spectacles, le sport et l'humour...

La saison 2006 ne manque pas d'innover encore puisqu'à côté de ses « standards », Paris Première s'enrichit et accueille de nouveaux talents dans une grille presque intégralement renouvelée depuis trois ans.

Parce qu'elle est unique, moderne et avant-gardiste, Paris Première s'est offert un nouvel habillage pour réaffirmer son territoire urbain, tendance et culturel. Un nouveau dress code et une nouvelle musique à son image.

LES MAGAZINES PHARES

Au 93 Faubourg Saint-Honoré, Thierry Ardisson continue ses dîners autour de nouvelles thématiques. Dans *Ça balance à Paris*, dorénavant présenté par Pierre Lescure, les débats sont toujours aussi animés. Xavier de Moulins a pris la relève de *Paris Dernière*. Alexandra Golovanoff anime désormais *La blonde et moi*, où elle suit et accueille un leader d'opinion, *La mode, la mode, la mode*, un des rares magazines de mode, et enfin *Paris Défile*, compte-rendu des plus belles collections du monde ! Philippe Gildas, fidèle à *Vive la télé*, reçoit des personnalités et s'intéresse aux émissions de notre patrimoine audiovisuel. Priscilla Telmon innove avec *Paris d'ailleurs* et nous plonge dans des lieux exotiques et dépaysants de la capitale, tandis qu'*Intérieurs*, devenu incontournable, se consacre au design et à la décoration.



Pierre Lescure



Alexandra Golovanoff

Paris Première en 20 ans de diffusion c'est... 5 000 heures de direct

la 1^{re} chaîne à diffuser des défilés de mode en intégralité (Thierry Mugler)

la 1^{re} chaîne à diffuser du poker (9 janvier 2004)

la 1^{re} chaîne à diffuser 24h/24 les Jeux olympiques de Séoul (1988), le plus grand événement médiatique sportif au monde

760 couverts dressés au 93 Faubourg Saint-Honoré depuis trois ans sur 95 émissions

1 600 rencontres faites et lieux découverts par *Paris Dernière* (depuis 1998)

88 émissions d'*Intérieurs*, le magazine de décoration depuis 2003

46 restaurants testés par François Simon dans *La Chronique de François Simon* (depuis 2003)

367 *Hollywood Stories* diffusées depuis 2001

3 600 000 pages vues sur le site Internet de Paris Première (sur un mois environ)

Diffusion TNT payante

Depuis le 21 novembre 2005, Paris Première est accessible sur le canal 31 de la TNT pour tous les équipés de la TNT payante. C'est aussi la seule chaîne payante de la TNT à bénéficier d'une tranche en clair quotidienne (hors chaînes Premium) de 2 heures accessible

aux 3 millions de foyers qui ont accès à la TNT gratuite. Plus de 21 millions de téléspectateurs reçoivent désormais Paris Première pendant cette tranche en clair (accessible aux foyers équipés d'un adaptateur TNT et gratuite de 18 h 50 à 20 h 50).



TÉVA

3^e

chaîne du câble et du satellite
sur son cœur de cible abonnées
(les ménagères de moins de 50 ans).

*Source : Médiamétrie / MédiaCabSat septembre
2006-février 2007*

Cendrine Dominguez
et Marielle Fournier

Téva : 10 ans d'émotions

FÉMININE ET INCONTOURNABLE

Aujourd'hui, forte d'un positionnement unique et d'un ton différent, largement diffusée (câble, satellite, ADSL, téléphonie mobile), Téva, la chaîne généraliste à coloration féminine, s'impose comme une chaîne incontournable de l'offre télévisuelle de complément. Un succès affirmé avec des performances en termes d'audience, de notoriété et d'image :

- Téva fait partie des chaînes les plus diffusées. Accessible par près de 13 millions d'abonnés, Téva est retransmise sur tous les supports existants : le satellite (TPS et CanalSat), le câble (Noos Numéricable, Upc), ADSL (TPSL, CanalSatDSL, Free, Neuf TV, Alice), le mobile (Orange)
- Avec +10% d'audience auprès des ménagères de moins de 50 ans en un an, Téva poursuit sa progression. Téva rassemble

66% de femmes, soit une audience plus que triplée en 5 ans auprès des ménagères de moins de 50 ans* (et une audience plus que triplée en cinq ans sur cette cible)**

- Son taux de notoriété a triplé depuis son lancement, avec plus de la moitié (du grand public) qui déclare connaître la chaîne***.

DES PROGRAMMES IDENTITAIRES

Téva a fêté ses 10 ans le 6 octobre 2006 et lancé sa nouvelle décennie avec des programmes placés sous le signe de l'émotion et de l'innovation : des séries cultes et inédites comme la 5^e et dernière saison inédite d'*Alias*, *Commander in Chief*, *Beautiful People*, sans oublier *Ally McBeal* et *Sex and the City*, du cinéma emblématique, des formats de docu-réalité surprenants et exclusifs (*Top Models USA 4*, *Projet Haute*

Couture saison 2, *Relooking Extrême* saisons 2 et 3). Cette programmation riche et diversifiée s'articule autour de magazines audacieux et identitaires : *Les Dossiers de Téva*, magazine de société diffusé en prime time et présenté par Marielle Fournier et *Téva Déco* dans lequel Cendrine Dominguez transforme chaque semaine l'intérieur d'un téléspectateur.

* Source : Médiamétrie / MédiaCabSat septembre 2006-février 2007

** Audience 15 ans et plus en vague 11 de MédiaCabSat (janvier-juin 2006)

*** Source : baromètre de notoriété CSA

Le Groupe M6 acquiert 100% de la chaîne Téva

Le Groupe M6, déjà actionnaire à hauteur de 51% de la chaîne Téva, a acquis début janvier les 49% restants auprès de la Compagnie pour la Télévision Féminine, détenue par les sociétés Marie-Claire Album et Hachette Filipacchi Médias. Le Groupe M6 a

ainsi consolidé son portefeuille de chaînes numériques et confirmé sa stratégie visant à développer une famille de chaînes puissantes.



Alias



Projet Haute-Couture

M6 MUSIC

- HITS
- ROCK
- BLACK

TOUTES LES MUSIQUES

Près de deux ans après leur lancement, les chaînes M6 Music Hits, M6 Music Black et M6 Music Rock répondent parfaitement aux attentes d'un public consommateur de musiques, tant par la diversité que par la complémentarité des offres. Les chaînes enregistrent des performances très positives : M6 Music Hits demeure la 1^{re} chaîne musicale sur les 15/34 ans et voit son audience bondir de 54 % sur les 15/24 ans ; M6 Music Black voit son audience progresser de 24% sur les 4 ans et plus marquant davantage encore sa complémentarité dans l'offre globale et M6 Music Rock répond aux attentes

d'un public de plus en plus large en progressant de 27% sur les 4 ans et plus. Au total : M6 Music Hits, M6 Music Black et M6 Music Rock progressent de 22% sur les 15/24 ans*.

Outre la programmation de clips, les chaînes proposent un large éventail de magazines musicaux fortement incarnés par des animateurs mettant leur culture musicale et leur talent à leur service : Max, Charlie Bruneau, Ariane, Audrey Sarrat, Lynda Lacoste, Sandrine Quétier, Mélanie Kah... Tête de pont de l'offre musicale du groupe M6, les chaînes M6 Music Hits, M6 Music Black et M6 Music Rock sont accessibles sur le câble, le satellite, l'ADSL, les mobiles et Internet.

* Source : Médiamétrie / MédiaCabSat
septembre 2006-février 2007
vs janvier-juin 2006



Max et Charlie Bruneau



Flavie Flament

TF6

LA TÉLÉ TRÈS TÉLÉ

TF6 bénéficie de plus de 6 millions d'abonnés à la chaîne (TPS et câble). 1^{re} chaîne de TPS sur la quasi-totalité des cibles, TF6 se situe dans le trio de tête auprès de l'ensemble des téléspectateurs (2% sur les individus 4+, 3,3% sur les 15/34 ans*) et propose une grille de programmes très ambitieuse.

Son objectif : conquérir et fidéliser les jeunes adultes, avec de nombreux animateurs-vedettes (Cauet et son équipe, Flavie Flament, Denis Brogniart, Karine Ferri, Elodie Gossuin, Sandrine Quétier, Loana...), près de 200 grands films de cinéma (8 Mile, Hero, American Pie II, Le Roi Scorpion, Jerry Maguire...),

des séries événements en prime time (Ghost Whisperer, Supernatural, The Closer, 24 Heures chrono, Dr House), le meilleur des séries pour les jeunes adultes en journée (Smallville, Angel, Newport Beach, Les frères Scott...) et des formats de télé-réalité diffusés pour la 1^{re} fois en France (Love Looser 4, Trois vœux, The Beauty and the Geek...).

* Source Médiamétrie / MédiaCabSat - juillet-décembre 2006 initialisés



Dr Vegas

SÉRIE CLUB

100% SÉRIES

5^e chaîne auprès des ménagères de moins de 50 ans abonnées *, distribuée sur le câble et le satellite (TPS), Série Club compte plus de 5,5 millions d'individus abonnés à la chaîne. Avec un positionnement simple et clair, la chaîne des séries a poursuivi en 2006 son effort de renouvellement avec des séries inédites : *Pacific Homicide*, *Dr Vegas*, *Wildfire*. Elle a également diffusé de nombreuses nouveautés, des séries récentes et attendues par le public comme

Disparition, *Stargate Atlantis*, *Oz*. Série Club a créé l'événement, tout au long de l'année, lors des *Emmys Awards*, des *Screenings*, de la *Soirée spéciale Disparition* et de la *Soirée remakes en série*, manifestations qui mettent les séries à l'honneur.

* Source Médiamétrie / MédiaCabSat juillet-décembre 2006, hors chaînes hertziennes historiques

FUN TV

LA CHAÎNE DES 15/24

Fun TV, la chaîne 15/24 ans du Groupe M6, est la chaîne musicale qui a enregistré en 2006 la plus forte progression de son audience avec une hausse de plus de 31% *. Elle compte aujourd'hui près de 2 millions de foyers abonnés et est la 3^e chaîne musicale la plus regardée sur son cœur de cible abonné*. Impertinente, conviviale et originale, Fun TV cultive sa différence et reste une chaîne à part, fidèle à ses valeurs et à son public à travers une offre articulée autour du divertissement, de la musique et des séries.

Outre les émissions phares de la chaîne comme *Pelle et Râteau*, présentée par l'emblématique Magloire, ou *Fun People*, présentée par Jenny Del Pino, la chaîne s'est enrichie de nouveaux rendez-vous, comme *Riders'n'co* consacré aux sports extrêmes, de nouveaux visages, Aurélie Konaté et Aymeric Beneton, et a proposé plusieurs séries, dont une sitcom inédite *Hot Dog Family*.

* Source Médiamétrie / MédiaCabSat - septembre 2006 - février 2007

Pelle et râteau



DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

**PÔLE
INTER-
ACTIONS**

Une déclinaison du Groupe

LES PUBLICATIONS ET LES DISQUES

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

LES PUBLICATIONS

Via sa filiale M6 Interactions, M6 est désormais devenu un des acteurs incontournables de la diffusion en kiosque. Le Groupe vend plus de 9 millions de produits en 2006 et est le 4^e éditeur hors presse en France. L'activité d'édition regroupe les collections d'objets, les jeux vidéo et CD-Roms ainsi que les DVD et compris « unitaires ».

• Les collections

6 nouvelles collections sont lancées en 2006, dont *Caméra Café* en DVD et les objets dérivés de la licence

Charlotte aux Fraises, le grand succès de l'année.

• Les jeux vidéo et CD-Roms

plus de 30 jeux vidéo pour PC, PS2 ou Nintendo DS sont commercialisés en 2006.

• Les DVD

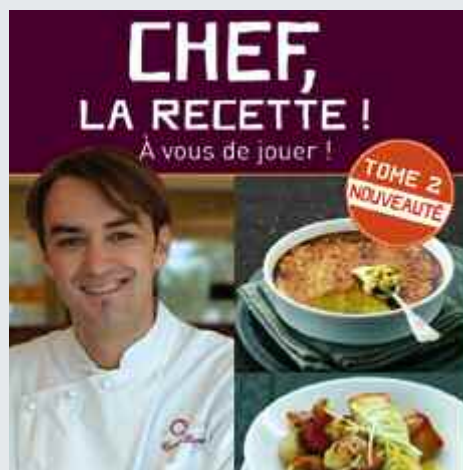
tout en poursuivant la distribution en kiosque de films tels que *Mr & Mrs Smith*, *Lord of war*, *Camping* ou *Les Chevaliers du ciel*, l'activité vidéo propose des coffrets de séries cultes comme *24 Heures chrono* ou *Prison Break* et développe des offres couplées avec des magazines télé.

LES LICENCES DE MARQUES

M6 Interactions poursuit l'exploitation des marques antenne telles que la Nouvelle Star, Oui chef !, D&CO et s'est vu confier la représentation de marques externes au Groupe comme *Desperate Housewives*.

LES DISQUES

Le marché du disque en France a continué de baisser pour la 4^e année consécutive (-10,7% en valeur et -26,6% en nombre d'unités vendues, source SNEP). Dans ce contexte difficile, M6 Interactions enregistre néanmoins de beaux succès, avec...



9 millions

c'est le nombre de produits vendus en kiosque par M6 Interactions.



• Des découvertes

La grande révélation de l'année est Pigloo. Le 1^{er} single s'est classé pendant trois semaines consécutives n° 1 du Top des ventes en France et a été certifié disque de platine. Le 2^e est entré directement à la 4^e place du Top single.

• Des programmes phares déclinés en musique

M6 Interactions poursuit par ailleurs son activité autour des succès de l'antenne. Ainsi Faf Larage décroche la palme de la meilleure vente de single en France en 2006 avec le titre *Pas le temps*, générique de la série *Prison Break*, diffusée sur M6. De même, la bande originale du téléfilm *High School Musical*, est commercialisée, en coexploitation avec EMI, depuis octobre, et enregistre déjà la vente de 115 000 albums et 700 000 singles. Enfin, l'album de Miss Dominique, finaliste de la *Nouvelle Star* – saison 4 –, sorti en novembre 2006, a séduit plus de 100 000 fans.

• Les valeurs sûres

L'album d'Amel Bent, *Un jour d'été*, coproduction Jive, est certifié double disque de platine (plus de 500 000 exemplaires vendus). Amel Bent a par ailleurs reçu le prix de l'artiste « Révélation du public » aux Victoires de la musique en 2006. Autre talent suivi dès ses débuts par M6 Interactions : M. Pokora, jeune star du RNB français, dont le 2^e album, *Player*, sorti en janvier 2006, est certifié Album de platine.



L'ÉVÉNEMENTIEL

M6 Événements est coproducteur de la pièce *Arrête de Pleurer, Pénélope 2, la suite*. En 2006, en trois mois et demi, plus de 46 000 spectateurs ont assisté à cette représentation. Face à ce succès, des prolongations sont prévues en 2007. La pièce de théâtre *Des soucis & des potes*, dont M6 Événements est également coproducteur, est aussi prolongée en 2007. De plus, M6 Événements est coproducteur de la tournée M. Pokora (plus

de 120 000 spectateurs). Par ailleurs, la filiale événementielle de M6 s'associe à de nombreux spectacles comme *Cabaret*, *Hot Wheels* (à Bercy), ou encore *Holiday on Ice*. M6 Événements poursuit son activité d'organisation d'événements avec 30 opérations montées au cours de l'année 2006.

LA PRESSE ET L'ÉDITION



Le pôle Éditions est un acteur significatif du marché de la presse jeune avec 2 titres aux thématiques spécifiques :

- **l'actualité des stars :**
1^{er} magazine lancé par M6 en 1997, Fan 2 est devenu l'un des leaders de la presse jeune ;
- **la musique : le mensuel Hit Machine créé en 2003.**

LA PRESSE FÉMININE

Début 2006, M6 conforte sa position dans la presse gratuite et dans la presse féminine en prenant une participation au capital du mensuel gratuit *Femme en ville* (9 numéros par an). *Femme en ville* est le 1^{er} magazine féminin haut de gamme gratuit et distribué via un réseau de partenaires à plus de 500 000 exemplaires (OJD presse gratuite 2006). Ce magazine est disponible dans les réseaux Printemps, Jean-Louis David, Parashop, Orcanta, Lina's et Carita.

LA PRESSE MASCULINE

M6 devient également l'actionnaire principal du mensuel gratuit *Homme en ville*, diffusé à

285 000 exemplaires en moyenne par numéro. Magazine masculin généraliste haut de gamme, *Homme en ville* est destiné aux hommes urbains CSP+ de 25 à 49 ans.

L'ACTUALITÉ « LIVRE »

S'inspirant des programmes diffusés à l'antenne, M6 Éditions coédite plusieurs ouvrages : toutes les astuces de Béatrice et Danièle dans l'ouvrage *C'est du propre*. Après *La Cuisine de Cyril*, Cyril Lignac a fait profiter de son savoir-faire à tous les apprentis cuisiniers avec le coffret *Oui Chef !*. M6 Éditions continue d'innover dans le monde de la bande dessinée en adaptant sur ce support la série *Kaamelott* (4^e du Top BD).

CITATO, PREMIER NEWS MAGAZINE JEUNESSE

Panorama de la presse française, qui offre aux jeunes une sélection mensuelle d'articles des grands titres de la presse quotidienne et magazine, *Citato* relate les grands sujets de l'actualité en exposant la diversité des points de vue. Réalisé en partenariat avec les

principaux titres de presse, *Citato* est distribué gratuitement à 175 000 exemplaires dans les lycées, universités et grandes écoles. En 2006, *Citato* confirme son implantation dans l'univers jeunesse avec une diffusion renforcée (2 000 points répartis à travers 750 villes françaises) et un contenu qualitatif devenu référentiel (interview exclusive du Premier ministre pendant la crise du CPE, baromètre politique des 15/25 ans avec BVA-Le Mouv, présidence du concours Envie d'Agir 2006 avec le Ministère de la Jeunesse et des Sports).

1,5 million

c'est le nombre d'unités
Charlotte aux Fraises vendues.



CHARLOTTE AUX FRAISES

Vingt ans après sa naissance, Charlotte aux Fraises reste l'héroïne des petites filles d'aujourd'hui et rappelle à leurs mères leurs souvenirs d'enfants.

À Fraisi-Paradis, Charlotte aux Fraises partage avec sa sœur, Croque Pomme, et leurs nombreuses amies, Fleur d'Oranger, Angélique, Cookinelle, Coco Berry... de belles aventures qui sont désormais diffusées chaque semaine sur *M6 Kid*. Leur sens de l'amitié et de la solidarité permettent aux enfants de vivre de grands moments, de voyager dans des contrées aux couleurs acidulées et de découvrir l'importance du partage, de l'entraide et de l'humour.

Les enfants peuvent retrouver l'univers de Charlotte aux Fraises dans une collection disponible en kiosque et lancée en août 2006 : plus de 1,5 million d'unités ont déjà été vendues dont 467 000 ventes sur la série n° 1. Elle leur permet à la fois d'apprendre à cuisiner, colorier, compter et lire grâce aux « fraibuleuses histoires » de Caramiel.

M6.fr



EN CE MOMENT

mardi 06 mars

CE SOIR

15:25

La saveur du grand amour
Autres

Tous les programmes

NEWSLETTER
Inscrivez-vous !

OK

43%

Plus de 11 millions de foyers français ont accès à Internet, soit près de 43% des foyers.

Source : Médiamétrie

EMISSIONS

SERIES

FILMS

Accueil > Emissions



PÔLE INTER- ACTIVITÉ

M6 WEB

Point de convergence des nouvelles technologies



m6video.fr

Le développement des technologies numériques et des offres qui leur sont associées transforme peu à peu les modes d'accès aux contenus. Désormais les téléspectateurs peuvent regarder leurs émissions préférées depuis Internet.

La téléphonie décline de nombreuses fonctionnalités telles que l'accès à Internet mobile. Le secteur Internet est en pleine croissance avec près de 30 millions d'internautes dont 88% de connectés haut débit. Depuis dix ans et le lancement de m6.fr, le Groupe M6 est devenu un des acteurs majeurs de ce marché et se positionne à présent comme 2^e groupe audiovisuel sur Internet avec 5,2 millions de visiteurs uniques*. M6.fr a par ailleurs intégré depuis décembre 2005 le Top 30 des sites les plus visités.

Le Groupe M6 a pour vocation de devenir d'ici 2010 :

- le leader éditorial en vue d'atteindre 10 millions de visiteurs uniques mensuels ;
- un acteur majeur des contenus audiovisuels en développant les services payants ou gratuits.

DES SITES THÉMATIQUES ET COMMUNAUTAIRES

Pour prolonger les liens entre ses téléspectateurs et ses chaînes, M6 développe de nombreux sites, relais naturels de la famille des chaînes du Groupe : m6.fr, parispremiere.fr, w9.fr, teva.fr... D'autres sites offrent des contenus éditoriaux inédits et spécifiques, comme nouvellestar.fr qui a diffusé les castings des 12 000 candidats démontrant la complémentarité entre les offres antenne et les offres interactives. Le savoir-faire de M6 réside également dans la proposition de contenus éditoriaux thématiques tel que femme-en-ville.com, déclinaison d'une marque du Groupe. Lancé en septembre 2006, ce site propose une

approche très interactive dans le traitement des contenus féminins en ligne.

Près de 231 000 visiteurs ont déjà été séduits et 4,5 millions de pages ont été vues depuis l'ouverture du site. Autre exemple, le site turbo.fr, prolongement de l'émission emblématique éponyme, a atteint 832 000 visiteurs uniques lors du Mondial de l'automobile. Il diffuse des reportages inédits et a lancé un service exclusif de webcams filmant le trafic dans plus de 40 points à Paris.

Face à l'essor du Web participatif, M6 Web renforce son offre communautaire. Ainsi habbohotel.fr, 1^{re} communauté virtuelle des 13/16 ans, dépasse les 2,5 millions d'inscrits et a attiré près de 750 000 visiteurs uniques en décembre, soit une progression de 162% par rapport au mois de décembre 2005. Deux sites Web 2.0 ont été lancés en septembre et novembre 2006. Le 1^{er}, wideo.fr, est un site dit user-generated content sur lequel les internautes peuvent publier,

partager et visualiser des vidéos. Cette plateforme a connu un succès réel, passant de 300 à 366 000 visiteurs uniques en trois mois, avec plus de 400 000 vidéos regardées chaque jour. Yootribe.com est quant à lui un service de réseau social permettant aux internautes de se regrouper par affinité et d'échanger sur les thèmes qui les intéressent.

* Source : Nielsen Netratings - décembre 2006

FOCUS MÉTIER

Chef de projet interactivité programmes

Thierry, 26 ans



Pour moi, la télévision c'est de la haute technologie ! Je travaille sur de nouvelles formes d'émissions et d'interactivité avec les spectateurs. Avec les solutions que je contribue à mettre en place, les spectateurs peuvent intervenir sur les émissions, en votant (comme pour la Nouvelle Star), en téléchargeant des logos ou en visualisant des extraits d'émission en streaming. Mon activité se situe au carrefour de la vidéo, de l'informatique et du Web. Elle transforme le spectateur en acteur des programmes qu'il choisit, et fait d'Internet un relais et un complément des succès de l'antenne. Ainsi, la télévision devient un nouveau moyen de divertissement, plus complet et plus riche. Nul ne sait comment on regardera la télévision dans 20 ans. Mon travail, c'est de l'imaginer et de le rendre possible."*

* Le streaming (lecture en continu) est une technique permettant le téléchargement et l'écoute simultanée d'un fichier audio et/ou vidéo, contrairement au téléchargement où un fichier doit être rapatrié dans sa totalité avant d'être lu.

Lexique

Video On Demand (VOD) : système qui permet de commander et de regarder des contenus vidéo numériques en temps réel sur Internet ou à la télévision. Ce type de diffusion s'appuie soit sur des infrastructures de communication à très haut débit (des fibres optiques par exemple) soit sur des techniques de streaming.

Web 2.0 appelé aussi Web participatif : correspond à la 2^e génération de services Internet, où les plateformes interactives se sont multipliées, l'internaute pouvant personnaliser et partager ses données, connaissances ou centres d'intérêt, en créant par exemple des blogs. L'information est produite, consultée, échangée, et diffusée en ligne.

User-generated content : désigne des sites Internet où le contenu (textes, vidéo, musique) est créé par les utilisateurs eux-mêmes et mis à la disposition, gratuitement, de l'ensemble de la communauté des internautes.

Site communautaire : site animé par une communauté d'internautes qui partagent leurs connaissances, leurs opinions et leurs expériences, discutent entre eux, autour de sujets d'intérêt communs.

Avatar : image que prend un internaute dans un univers virtuel et dans les forums de discussions. Choisi par l'utilisateur lui-même, l'avatar le représentant apparaît à chaque fois que l'internaute se connecte à un univers virtuel ou écrit un message dans un forum, afin qu'on l'identifie virtuellement.



**L'INTERACTIVITÉ,
UN LIEN ÉTROIT ENTRE
M6 ET SON PUBLIC**

M6 Web développe et déploie l'ensemble des dispositifs interactifs proposés aux téléspectateurs sur l'ensemble des chaînes du Groupe M6. Favorisant la proximité des téléspectateurs avec les programmes, cette interactivité permet au public de participer à des jeux, des quiz de connaissances, de s'inscrire pour assister ou participer à des émissions et de voter pour ses candidats préférés. M6 Web a par ailleurs une activité de production déléguée des programmes de Call TV pour le Groupe M6. Elle produit les émissions *Starsix Music*, *Tubissimo*, *L'Alternative Live* et *Club*, ainsi que des programmes courts de jeu. De nouvelles émissions seront lancées début 2007.

**M6, UN GROUPE INNOVANT
EN MATIÈRE DE CONTENUS
MOBILES**

M6 Web produit des contenus éditoriaux propres à la téléphonie mobile (musique, vidéos, jeux) accessibles à partir des sites Internet Mobile : myM6, Turbo et M6 mobile by Orange. M6 Web a créé en 2006 une filiale commune avec Echovox, leader européen du multimédia mobile. Appelée Echo6, cette filiale permet à M6 de développer des contenus innovants dans un contexte où le marché mobile français est en pleine explosion.

**L'EXPLORATION DES
NOUVELLES TECHNOLOGIES
EN 2006**

Face à l'accélération des nouveaux modes de consommation de contenus audiovisuels, le Groupe M6 s'est positionné sur tous les nouveaux supports, en particulier celui de la *Video On Demand* (VOD). En effet, impliqué dans le développement de la VOD dès 2004, M6 Web continue à développer son offre sur

m6video.fr pour proposer les contenus les plus inattendus à ses internautes. 200 vidéos sont désormais disponibles et on compte plus de 750 000 téléchargements depuis le début de l'année. Cette offre est accessible sur PC et sur les plateformes de TV par ADSL (Neuf Cegetel, Free et Club Internet). Une nouvelle version du site a été lancée, mi-octobre 2006, apportant plusieurs fonctionnalités comme la création d'un compte personnel, la notation de contenus, la location de saisons complètes, la lecture en streaming...



habbo.fr

Sites des chaînes du Groupe

Près de 2 millions de visiteurs uniques soit une progression de 88% en un an.

- www.wideo.fr (partage de vidéos)

Près de 31 millions de vidéos consultées en trois mois d'existence 40 000 visiteurs par jour.

- www.m6video.fr (Video On Demand)

30 000 épisodes de *Prison Break* téléchargés en 2006. Plus de 200 000 clients.

- www.habbo.fr (site communautaire)

50 000 nouveaux adhérents par semaine. 64% des habbos se connectent chaque jour. 2,5 millions d'inscrits fin décembre 2006.

57%

Près de 30 millions de français, soit 57%, se sont connectés à Internet en décembre 2006 (+10% en un an).

Source : Médiamétrie

M6 MOBILE BY ORANGE

La référence des 15/25 ans

M6 mobile by Orange c'est la rencontre de deux marques puissantes et expertes dans leur domaine : la téléphonie mobile, les contenus multimédias et les jeunes.

En 19 mois d'existence, avec plus de 767 000 clients, au 31 décembre 2006, M6 mobile s'impose comme une référence en termes d'offre de téléphonie auprès des jeunes en gagnant 540 000 clients en un an.

En 2006, M6 mobile a étoffé sa gamme avec 4 forfaits de 19,90 € à 29,90 €. Ces nouveaux forfaits plus généreux privilégient notamment les extensions de l'illimité, une maîtrise totale de son budget et un accès privilégié aux services de divertissement du Club M6 mobile. M6 mobile a lancé également en novembre 2006 une carte prépayée vendue en kiosque. Grâce au Club M6 mobile, les abonnés transforment leur mobile en véritable outil de divertissement : 7 clients sur 10 naviguent sur le Club M6 mobile by Orange (soit plus de 3 millions de connexions mensuelles). Les événements du Club couvrent

en 2006 les principaux centres d'intérêt des 15/25 ans :

- partenariat avec les artistes Diam's et Justin Timberlake lors de leur sortie d'album
- invitations à des concerts privés : M. Pokora, Placebo, la Nouvelle Star...
- chaque mois le Club offre des cadeaux à ses abonnés : logo/sonnerie/single à télécharger
- la tournée Nouvelle Star sur 11 villes pendant l'été a regroupé près de 150 000 personnes.

Désormais devenue une référence dans l'univers des 15/25 ans, M6 mobile by Orange renforcera en 2007 son positionnement de marque, source de divertissement collectif, en développant ses opérations autour de l'univers M6, de la musique et des jeux.



La campagne de publicité M6 mobile

FOCUS MÉTIER

Directeur communication et marketing M6 mobile

Caroline, 35 ans

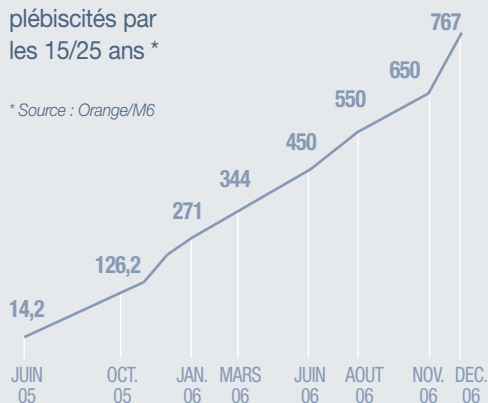


“
 Ma spécialité c'est la publicité et le marketing ! D'abord dans la communication des chaînes numériques, puis chez M6 Web et maintenant sur M6 mobile by Orange. Mon travail consiste à élaborer des offres de forfaits téléphoniques, en collaboration avec les équipes M6 mobile et Orange, et à produire des campagnes publicitaires avec un humour adapté à notre public, les 15/25 ans. Je monte des événements et partenariats attractifs autour du divertissement, comme l'organisation de la tournée Nouvelle Star. Mon rôle est de m'adresser à un public nombreux (plus de 767 000 abonnés), jeune (84% ont moins de 25 ans), très averti et exigeant sur la nouveauté, et de mettre en place les actions de fidélisation en conséquence. Je profite pleinement des synergies offertes par le Groupe en collaborant avec M6 Films, M6 Interactions, M6 Éditions, l'Antenne M6, le service Communication du groupe. C'est cette force collective qui explique nos résultats et notre position sur le marché.”

Nombre de clients (en milliers)

M6 mobile, les forfaits plébiscités par les 15/25 ans *

* Source : Orange/M6





**PÔLE
DROITS
AUDIO-
VISUELS**

*Petites Confidences
(à ma psy)*

Au cœur des contenus

600

c'est le nombre de titres du catalogue vidéo de SND.

Le Groupe M6 poursuit le développement de ses activités de distribution de droits audiovisuels en France et à l'international.

LA DISTRIBUTION EN SALLE : SND, 11^e DISTRIBUTEUR EN FRANCE

En 2006, la Société nouvelle distribution (SND) a distribué 18 films en salle, soit 5 de plus qu'en 2005. Ces films ont totalisé plus de 6,3 millions d'entrées, permettant ainsi à SND de se placer au 11^e rang des distributeurs français*.

L'activité cinéma connaît des succès marquants dans tous les genres exploités : le thriller avec *Lord of war* (plus de 1,3 million d'entrées), la comédie américaine avec *Petites Confidences (à ma psy)* (803 000 entrées), la comédie française, avec *Nos jours heureux* (1,47 million d'entrées) ou encore le film d'animation avec *Astérix et les Vikings* (1,37 million d'entrées), 1^{re} production maison via M6 Studio.

UNE ACTIVITÉ SOUTENUE EN DISTRIBUTION VIDÉO

L'activité vidéo progresse fortement avec 4,4 millions d'unités vendues (soit +54% en volume vs 2005).

En 2006, SND se place dans le Top 10 des éditeurs sur le

marché français avec quatre films cinéma classés dans le Top 50 des ventes tous genres confondus : *Mr & Mrs Smith*, *Lord of war*, *Astérix et les Vikings* et *Underworld Evolution*. Par ailleurs, *Kaamelott* et *Un, deux, trois* sont les deux premières séries TV

non américaines du marché DVD. Ces six titres représentent un volume total de plus de 2 millions d'exemplaires vendus tous réseaux confondus.

Enfin, *Le Pire du Morning Live*, sorti en novembre 2006, est un des succès de la fin d'année avec plus de 200 000 DVD vendus.

CESSION DE DROITS TV ET DISTRIBUTION INTERNATIONALE

Cette activité connaît un fort développement en 2006, en particulier avec la distribution à l'international du film *Astérix et les Vikings* dans plus de 30 pays.

ACQUISITION DE DROITS

En 2006, SND a continué à renforcer sa politique d'acquisition de droits avec un total de 24 nouveaux films acquis en distribution tous-droits.

En vue de consolider sa position dans l'activité de distribution de droits audiovisuels, le Groupe M6



Lord of War

* Source : Écran total, le 27/12/06

FOCUS MÉTIER

Responsable des acquisitions SND

Lionel, 32 ans



ff

Avec mon équipe, nous analysons les projets de films qui doivent sortir en salle en 2008-2009. Sur les 500 scénarios que nous recevons chaque année, nous n'en retenons que 15 à 20 et nous achetons les droits d'exploitation exclusifs des films. Ces films entrent alors dans le catalogue du Groupe et pourront être exploités et valorisés sur tous les supports disponibles : salle, vidéo, Télévision Payante et Gratuite, sans oublier la VOD. Cela représente une vraie prise de risque. Pour juger de la qualité de ces œuvres, sans pouvoir en visionner une seule image, il faut être curieux, ouvert, s'appuyer sur une grande culture du cinéma et de son économie, sur l'étude des tendances et sur une compréhension des goûts du public. Il faut être en relation permanente avec les producteurs, les réalisateurs et les grands groupes américains notamment pour être efficace sur un plan commercial et acheter les meilleurs films dans les meilleures conditions."

a par ailleurs acquis, en août 2006, 100% de la société de production cinématographique Mandarin Films, détentrice d'un catalogue de longs métrages, dont *Brice de Nice* et *Les Chevaliers du ciel*.

Enfin, le Groupe M6 a acquis en avril 2005 la Société Nouvelle Cinématographie (SNC) qui dispose d'un catalogue de 400 films français et italiens prestigieux.

En 2006, SNC a accentué sa politique de valorisation de son catalogue et de dynamisation de son exploitation, avec pour volonté de pérenniser le patrimoine cinématographique français. La société a entrepris un grand chantier de restauration, en utilisant des procédés photochimiques et de remasterisation numérique en haute définition (HD) des titres classiques comme *Les Visiteurs du soir*, *La Bandera*, *L'Été meurtrier*... La version restaurée du film *Les Aventuriers* a été sélectionnée en avril 2006 dans le cadre de Cannes Classics.



L'été meurtrier



1 371 000

entrées au box-office France
à fin 2006,

et 300 000

exemplaires DVD vendus France
(tous réseaux confondus) à fin 2006
pour *Astérix et les Vikings*.

L'AVENTURE ASTÉRIX

M6 Studio a achevé, en 2006, la production de son premier long métrage d'animation : *Astérix et les Vikings*, coproduit avec Mandarin SAS et le studio 2d3D Animations, en association avec le studio danois A Film AS, en développement au sein du groupe M6 depuis la fin de l'année 2002. Le film est adapté de l'album *Astérix et les Normands* (1967) de René Goscinny et Albert Uderzo.

Lorànt Deutsch, Sara Forestier, Pierre Palmade et Roger Carel ont prêté leur voix aux personnages principaux de la version originale française.

La bande originale, coproduite et distribuée par M6 Interactions, regroupe des titres interprétés par M. Pokora, Amel Bent, Billy Crawford et Céline Dion.

Distribué par SND, le film est sorti en salle (612 copies) le 12 avril 2006 et en DVD le 25 octobre 2006.

Il a également été vendu à l'international dans une trentaine de pays.

Par ailleurs, le film s'est vu décerner à Bruxelles le prix Anima 2006 du meilleur long métrage pour jeune public.

Il a également été sélectionné au Festival d'animation d'Annecy dans la catégorie long métrage.

La première diffusion télévisée d'Astérix et ses compagnons est prévue sur Canal+ France dans le courant de l'année 2007.

**PÔLE
VENTE À
DISTANCE**

2,5 millions

de produits vendus, 30 sites Internet
7 millions de catalogues de ventes
par correspondance distribués.



BOUTIQUE

Téléachat et commerce en ligne

HOME SHOPPING SERVICE

Une stratégie de distribution et de diffusion multicanal

Filiale à 100% depuis 1998, Home Shopping Service domine aujourd'hui le secteur de la vente à la télévision avec 55% du marché en France et au Benelux, 700 heures de diffusion de programmes par semaine, 2 millions de clients actifs et 2,5 millions de produits vendus en 2006.

Avec la fusion réussie de la télévision, d'Internet et du téléphone, Home Shopping Service contrôle la totalité du circuit de diffusion, s'adapte aux évolutions de la vente à distance et développe une stratégie de distribution ambitieuse et complète.

LA CONCEPTION DE PROGRAMMES ALIMENTANT PRÈS DE 40 CHÂÎNES DE TÉLÉVISION

Home Shopping Service réalise 230 heures de nouveaux programmes par mois. Chacun de ces programmes est réalisé et ciblé en fonction

des médias qui en assurent la diffusion. 34 chaînes en France bénéficient de ces tournages (dont M6 Boutique la Chaîne, Téva, Série Club, Paris Première, Cuisine TV), 3 en Belgique (RTL TV, AB4, AB3) et 2 aux Pays-Bas (Yorin et RTL4).

UNE CHÂÎNE 24H/24

Depuis le 29 avril 2004, M6 Boutique la Chaîne, véritable grand magasin sur petit écran, diffuse 8 heures de direct par jour et propose 300 nouveaux produits par semaine. Le nombre de clients actifs sur les douze derniers mois a dépassé les 150 000.

LES CATALOGUES, LES INFOMERCIALS ET LES SITES INTERNET

La vente à distance nécessite le développement d'une multitude de relais pour répondre au mieux aux besoins des clients : plus de 7 millions de catalogues de vente par correspondance ont été distribués en 2006, 30 sites Internet accueillent 700 000 visiteurs par mois.

LES BOUTIQUES, VÉRITABLES RELAIS DE L'ENSEIGNE

En 2005, une nouvelle enseigne a vu le jour dans le XII^e arrondissement à Paris. En ouvrant ce magasin, l'enseigne M6 Boutique satisfait ainsi les clients réticents à l'achat à distance ainsi que les clients qui souhaitent repartir immédiatement avec leurs achats. Fort du succès rencontré par cette boutique, Home Shopping Service a ouvert en 2006 une 2^{de} boutique, située dans le centre commercial de Rosny 2, et a développé le concept de produit M6 Boutique dans les réseaux de grande distribution.



Home Shopping Service innove au service de ses clients :

Télécommande interactive, alerte SMS quand leur produit est prêt, serveur vocal, paiement en trois fois, facilités de livraison...



MISTERGOODDEAL.COM

Un acteur majeur du commerce en ligne

PLUS DE 2 MILLIONS DE VISITEURS UNIQUES PAR MOIS

Le site marchand mistergooddeal.com est devenu l'un des principaux acteurs du e-commerce. Le site se classe en effet parmi les dix premiers sites marchands avec une audience mensuelle en croissance régulière au-dessus des 2 millions de visiteurs uniques. Ces excellents résultats s'expliquent en partie par la fidélisation des clients, l'importante conquête d'environ 250 000 nouveaux acheteurs ainsi que par la pertinence et l'élargissement constant de son offre.

UNE OFFRE DE GRANDES MARQUES À PRIX RÉDUITS

Avec son enseigne mistergooddeal.com, la société propose une offre permanente de produits d'équipement de la maison à prix discount extrêmement attractifs. En relation directe avec les plus grandes marques dans les domaines de l'électronique grand public, de l'électroménager, de l'informatique et de la décoration, mistergooddeal.com dispose d'un outil logistique performant qui lui permet d'assurer une grande qualité de service. Ainsi, en 2006, le site a livré plus de 900 000 produits à plus de 500 000 clients. Par ailleurs, la société développe avec succès un site de ventes événementielles sous l'enseigne linvitedesmarques.com. L'Invité des Marques est spécialisé dans des ventes exclusives de produits de prêt-à-porter, de mode, d'accessoires et de décoration.

UNE IMPLANTATION DE PROXIMITÉ AVEC 11 POINTS DE RETRAIT

Mistergooddeal.com associe e-commerce et proximité. Il est en effet le 1^{er} site de e-commerce à avoir mis en place son propre réseau national d'enlèvement avec 11 points de retrait en France. En 2006, mistergooddeal.com a poursuivi le développement de sa stratégie de proximité en ouvrant en février son 3^e point de retrait en région parisienne à Coignières, après ceux de Chilly-Mazarin et d'Aulnay-sous-Bois. À travers cette formule d'enlèvement sur place, mistergooddeal.com permet de répondre à la préoccupation principale de ses clients : payer la meilleure qualité au meilleur prix.

UNE NOUVELLE OPPORTUNITÉ : L'OUVERTURE DE LA PUBLICITÉ TV À LA DISTRIBUTION

Après avoir testé avec succès en 2006 le parrainage d'émissions sur les chaînes du Groupe M6, mistergooddeal.com est présent en publicité depuis janvier 2007 sur les écrans de la chaîne M6.

LES VENTES SUR INTERNET EN 2006

Les ventes sur Internet ont dépassé le seuil des 12 milliards d'euros, soit une croissance annuelle de près de 40%. Le nombre d'acheteurs en ligne avoisine les 18 millions au dernier trimestre 2006, soit une croissance de 31% sur un an. Les Français ont dépensé plus de 2,5 milliards d'euros sur Internet à l'occasion des fêtes de Noël, soit 40 millions d'euros par jour. Plus de 3 internautes sur 5 ont déjà effectué un achat en ligne.

Source : Fevad



900 000

produits, livrés par
Mistergooddeal à plus de
500 000 clients en 2006.

**FOOTBALL
CLUB DES
GIRONDINS
DE BORDEAUX**



2^e

du Championnat de Ligue 1
pour la saison 2005-2006.

Une équipe qui confirme ses ambitions

2005-2006 : UNE SAISON SPORTIVE DE PREMIER PLAN

La saison 2005-2006 a confirmé le statut du Football Club des Girondins de Bordeaux (FCGB) comme l'un des grands clubs français.

En effet, l'équipe a terminé 2^e au classement général de la Ligue 1, se qualifiant ainsi directement pour la Ligue des Champions. Par ailleurs, le Club a atteint les quarts de finale en Coupe de la Ligue. 4 nouveaux joueurs ont rejoint le FCGB en 2006 : le milieu offensif « auriverde » Geraldo Wendel, le milieu de terrain offensif du Racing Santander Stéphane Dalmat, le milieu de terrain du Werder Brême Johan Micoud, et le milieu de terrain de Sienna Fernando Menegazzo.

2006-2007 : UNE SAISON QUI S'ANNONCE PROMETTEUSE

Le Club a remporté la finale de la Coupe de la Ligue le 31 mars 2007 contre l'Olympique Lyonnais.

Le FCGB a participé aux 16^{es} de finale de la Coupe de l'UEFA. En mars, les Girondins occupent la 5^e place d'un championnat de Ligue 1 disputé. L'équipe a été renforcée en janvier 2007 avec l'arrivée, en provenance du Spartak Moscou, du prometteur attaquant italo-argentin Fernando Cavenaghi, âgé de 23 ans.

Plusieurs joueurs du FCGB sont sélectionnés en équipe nationale : Chamakh (Maroc), Smicer (République Tchèque), Jurietti (France), Mavuba et Faubert (Equipe de France A).



100% Girondins

UN CENTRE DE FORMATION DYNAMIQUE

Le Club poursuit avec succès sa stratégie axée sur la formation : certains joueurs du centre de formation ont signé en 2006 un contrat professionnel avec le FCGB. Ce centre a fait émerger de jeunes talents et a permis de très nombreuses sélections dans chaque catégorie d'âge.

100% GIRONDINS SUR W9

À minuit les soirs de matches de championnat des Girondins de Bordeaux, *100% Girondins* est diffusée sur W9. Cette émission de 2 heures, entièrement consacrée au Football Club des Girondins de Bordeaux, propose un résumé exhaustif du match disputé par les Marine et Blanc pendant la journée. La 2^e heure, intitulée « Les yeux dans les bleus marines », animée par David Jemmalí, alterne les reportages au coeur du club et les analyses à chaud des joueurs et du coach.

100% Girondins est présenté par Jean-Philippe Doux, journaliste de la rédaction de M6, et Marius Trésor, champion de France avec le Club en 1984.



CANAL+
FRANCE

L'accord de rapprochement industriel en télévision payante

5,1%

c'est la part détenue par
le Groupe M6 dans le nouvel
ensemble de télévision payante.

Vivendi, TF1 et M6 ont conclu le 6 janvier 2006 un protocole d'accord visant à constituer un nouvel ensemble de télévision payante en France, en rapprochant les activités de TPS et de Groupe Canal+.

Ce rapprochement, annoncé en décembre 2005, a été autorisé le 30 août 2006, au titre du contrôle des concentrations, par une décision du ministre de l'Économie, des Finances

et de l'Industrie, sous condition du respect des engagements souscrits par Vivendi et Groupe Canal+. Le rapprochement a été finalisé en date du 4 janvier 2007.

En échange de l'apport de sa participation de 34% dans TPS, le Groupe M6 détient désormais 5,1% de Canal+ France, acteur de l'audiovisuel disposant

d'une taille critique pour répondre à la nouvelle donne concurrentielle et développer une offre enrichie et compétitive de télévision payante. Le Groupe M6 dispose d'une option de vente de sa participation dans Canal+ France à Vivendi, exerçable en février 2010.



RAPPORT FINANCIER

**RAPPORT
DE GESTION**

P. 107

**INFORMATIONS
FINANCIÈRES**

P. 155

**INFORMATIONS
JURIDIQUES**

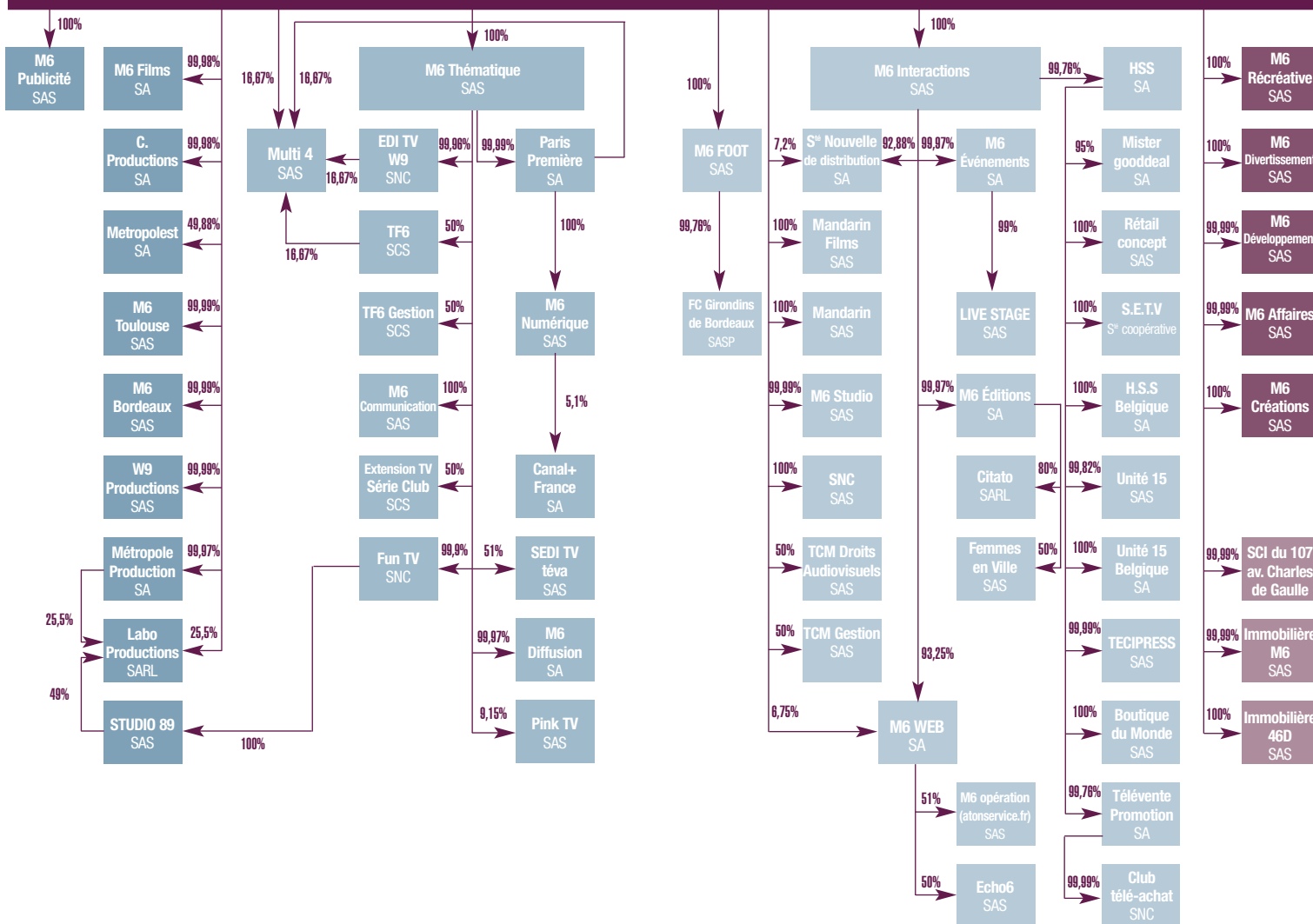
P. 225

ORGANIGRAMME

European news Exchange

20%

MÉTROPOLE TÉLÉVISION - SA - DIFFUSEUR (au 31/12/2006)



Publicité
Production
ANTENNE M6

CHAÎNES NUMÉRIQUES ET SATELLITE

Football
Droits Audiovisuels
Interactions-Interactivité
Vente à distance
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

AUTRES
IMMOBILIER

**RAPPORT
DE GESTION**INFORMATIONS
FINANCIÈRES
INFORMATIONS
JURIDIQUES

Rapport de gestion

- 108** 1. Présentation du Groupe en 2006
- 115** 2. Présentation des activités et des résultats 2006
- 124** 3. Structure financière et tableau des flux de trésorerie
- 126** 4. Politique de gestion de trésorerie
- 126** 5. Politique d'investissements
- 127** 6. Engagements hors bilan
- 127** 7. Événements significatifs survenus depuis le 1^{er} janvier 2007
- 128** 8. Perspectives 2007
- 128** 9. Intégration fiscale
- 129** 10. Changement de méthode comptable
- 129** 11. Respect des obligations légales et de la convention
- 130** 12. Capital
- 143** 13. Les facteurs de risques et leur gestion
- 148** 14. Contrats importants des 24 derniers mois
- 148** 15. Ressources humaines
- 151** 16. Faits exceptionnels et litiges
- 151** 17. Honoraires des Commissaires aux Comptes
- 152** 18. Document d'information annuel
- 153** 19. Autres mentions

1. PRÉSENTATION DU GROUPE EN 2006

1.1. PÉRIMÈTRE

Le Groupe a constaté en 2006 l'apport de sa participation de 34% dans TPS à Canal+ France dont il devient actionnaire à hauteur de 5,1%.

À l'issue d'une année 2006 au cours de laquelle les modalités du rapprochement annoncé le 16 décembre 2005 ont été discutées puis contractualisées, et où les opérations préalables à l'opération ont été mises en œuvre, le Groupe était en effet au 31 décembre 2006 totalement engagé à réaliser l'opération.

Les principales étapes ayant conduit à la finalisation de l'opération ont été les suivantes :

- 6 janvier 2006 : signature de l'accord de rapprochement par Vivendi, TF1 et M6 après avis favorable des instances sociales concernées ; il en résulte que le rapprochement doit se traduire à la date de réalisation par l'apport de TPS par TF1 et M6 à un nouvel ensemble – Canal+ France – dont M6 détiendra 5,1% ;
- 30 août 2006 : approbation de l'opération, assorties de conditions, par les autorités de la concurrence ; les comptes de TPS au 31 août constituent en outre les comptes de référence sur lesquels s'appuient les modalités de l'apport de TPS au nouvel ensemble, notamment la recapitalisation de TPS avant cession ;
- 1^{er} septembre 2006 : désignation par Canal+ d'un Directeur Général Délégué de TPS et perte de contrôle conjointe de TPS par TF1 et M6, les deux coactionnaires ne dirigeant plus librement la gestion opérationnelle et financière de TPS ;
- 30 novembre 2006 : M6 procède à la recapitalisation de TPS pour sa quote-part (66,6 M€) ;
- 19 décembre 2006 : signature du traité d'apport conduisant à placer l'ensemble de l'activité TPS sous la société TPS Gestion détenue par TF1 (66%) et M6 (34%), ainsi que du traité d'apport de TPS Gestion à Canal+ France. Ces traités sont soumis à l'approbation des assemblées générales compétentes ;
- 4 janvier 2007 : approbation par l'AGE de TPS Gestion des opérations visées par les traités d'apports signés le 19 décembre 2006. Il en résulte donc l'apport de TPS Gestion à Canal+ France ; à cette date, le Groupe est donc devenu actionnaire à hauteur de 5,1% du nouvel ensemble Canal+ France.

Comme en 2005, TPS est traité dans les comptes du Groupe comme une activité en cours de cession ou cédée. La contribution au résultat net du Groupe en 2006 est constituée d'une quote-part de résultat de TPS sur les huit premiers mois de l'exercice 2006 et de la plus-value d'apport de TPS au Groupe Canal+ France. Cette plus-value est déterminée sur la base d'un prix d'apport égal à la juste valeur des titres Canal+ France reçus en échange des titres de TPS Gestion, laquelle s'apprécie comme la valeur des titres et de l'option de vente de ces titres qui y est indéfectiblement

attachée. La juste valeur de l'actif financier ainsi constitué par les titres et l'option s'élève à 324 M€.

Par ailleurs, dans la continuité de 2005, le Groupe a poursuivi en 2006 sa politique de développement et d'acquisitions ciblées d'activités liées aux Diversifications.

Édition

Le 28 février 2006, M6 Éditions est notamment entré à hauteur de 50% dans le capital de Femmes en Ville SAS, société éditrice de 2 magazines gratuits distribués via un réseau de partenaires exclusifs avec une cible CSP+.

Elle est consolidée selon la méthode de l'intégration proportionnelle depuis le 1^{er} mars 2006.

M6 Éditions a reçu des autres actionnaires de la société une promesse de vente portant sur les 50% non détenus par le Groupe, exerçable au plus tard en 2010.

Droits Audiovisuels

Le 19 juillet 2006, le Groupe a renforcé sa position dans l'activité de distribution de Droits Audiovisuels en faisant l'acquisition de l'intégralité des actions de la société Mandarin Films et de son catalogue. Mandarin Films a produit au cours de ces dernières années des longs métrages qui ont réuni un large public dans les salles, parmi lesquels *Brice de Nice*, *OSS 117* ou *Les Chevaliers du ciel*. Mandarin Films, détenue directement par M6, est consolidée selon la méthode de l'intégration globale depuis sa date d'acquisition.

Interactivité

Le 24 juillet 2006, M6 Web a signé avec la société suisse Echovox, plateforme de conception et de distribution de contenus pour la téléphonie mobile, des accords conduisant à la création le 11 août 2006 d'une structure commune dénommée Echo6. Echo6, détenue à 50% par le Groupe, a pour objet le développement de produits et de services de divertissement mobile pour le Groupe, mais aussi pour d'autres sociétés exploitant des activités mobiles.

En outre, depuis le 21 décembre 2006, M6 Web exploite le site atonservice.fr (plateforme d'intermédiation entre étudiants et familles pour les services à domicile), au travers de la société M6 Opérations, qu'elle détient à 51%, aux côtés de la société Média Board Régie (49%). M6 Web a reçu de Média Board Régie une promesse de vente portant sur les actions non détenues par le Groupe, exerçable au plus tard en 2011.

Vente à Distance

Le 27 octobre 2006, HSS a filialisé ses activités de vente directe en magasin des produits qu'elle distribue au sein de la société M6 Création.

1.2. LE GROUPE M6 EN 2006

■ 1.2.1. FAITS MARQUANTS

Le Groupe M6 aura réalisé en 2006 une nouvelle année de croissance de ses activités et ses résultats, ayant su anticiper les évolutions de son environnement concurrentiel, saisir des opportunités pour renforcer ses positions, mettre en place de nouveaux relais de croissance et bénéficier du développement d'activités lancées au cours des derniers exercices.

■ DES AUDIENCES EN PROGRESSION

En dépit d'une concurrence des « Autres TV », accentuée par la montée en puissance de nouvelles chaînes gratuites en numérique dans le cadre du déploiement de la TNT, la chaîne M6 a enregistré en 2006 de bonnes performances d'audience.

La part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus est resté quasi stable à 12,5% contre 12,6% en 2005, tandis que sur la cible privilégiée des ménagères de moins de 50 ans, la part d'audience s'établit à 19,3% contre 19,1% en 2005. Cette progression significative de 0,2 point de part d'audience permet à M6 d'établir son record d'audience historique sur cette cible, et de conforter son rang de 2^e chaîne nationale sur les ménagères de moins de 50 ans. M6 est par ailleurs la seule chaîne nationale à progresser sur cette cible. S'affirmant comme une chaîne généraliste, M6 a réussi en 2006 à fédérer un public plus large, avec une montée en puissance en prime time (1^{re} partie de soirée, de 20 h 30 à 22 h 30 environ) : M6 a rassemblé en 1^{re} partie de soirée une audience moyenne de 3,5 millions de téléspectateurs, gagnant ainsi 300 000 téléspectateurs par rapport à 2005. Par ailleurs, 132 soirées ont attiré plus de 4 millions de téléspectateurs (contre 90 soirées en 2005), permettant à M6 d'être à 53 reprises, soit deux fois plus qu'en 2005, la chaîne la plus regardée par le public des moins de 50 ans en soirée.

■ DES SUCCÈS DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES

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

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

L'INFORMATION : ÉMISSIONS EMBLÉMATIQUES ET NOUVEAUX RENDEZ-VOUS.

Les magazines du dimanche, en alternance, *Capital* et *Zone Interdite* en 1^{re} partie de soirée, *Secrets d'actualité* et *Enquête exclusive* en 2^e partie de soirée, ont continué de s'imposer comme des émissions phare de la chaîne.

Depuis la rentrée de septembre, une nouvelle émission d'information s'est installée avec succès le dimanche en fin d'après-midi : *66 Minutes* a séduit en moyenne 2,5 millions de téléspectateurs.

Deux talk-shows ont aussi marqué l'année 2006 : *100% Foot*, présenté par Estelle Denis, s'est imposé lors de la Coupe du Monde de football FIFA. *T'empêches tout le monde de dormir*, présentée par Marc-Olivier Fogiel en 2^e partie de soirée, est devenu un rendez-vous incontournable pour le public et les acteurs de l'actualité.

L'information sur M6, ce sont aussi en 2006 des documents historiques, avec *Quand l'Algérie était française*, des feuilletons du réel avec *Ma vie au Commissariat*, et les rendez-vous quotidiens, des flashes en direct du matin chaque demi-heure entre 7 h 00 et 9 h 00, des deux éditions à 12 h 50 et 19 h 50, et des journaux locaux à 20 h 40. En 2006, l'édition de la mi-journée, *Le 12:50*, est passé du format de « tout en images » à un format avec présentateur.

LE SPORT : L'ÉVÉNEMENT DE LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL FIFA 2006

En 2006, M6 a diffusé 31 matches de la Coupe du Monde, dont Brésil-Croatie, Argentine-Serbie, République Tchèque-Italie, Brésil-Ghana, Allemagne-Argentine ou encore Angleterre-Portugal. Réalisés en HD, les matchs ont été suivis par un large public, faisant de cette première un véritable succès pour la chaîne.

LA FICTION FRANÇAISE : DE NOUVEAUX SUCCÈS

Axe important de développement de l'offre de programmes, les fictions françaises, grâce à une écriture à la fois originale et familiale, ont rencontré un vif succès.

Laura, le compte à rebours a commencé, la 1^{re} saga d'été de M6, a séduit 4,1 millions de téléspectateurs en moyenne, *Kamelott* a réuni en moyenne chaque soir 4 millions de téléspectateurs.

Par ailleurs, avec 5 nouvelles séries lancées en 2006, M6 peut désormais compter sur de nouveaux héros récurrents, dont *Les Bleus premiers pas dans la police*, *Les Tricheurs* avec Pascal Légitimus et *Alice et Charlie*, séries dont de nouveaux épisodes sont en cours d'écriture et de tournage.

DIVERTISSEMENTS ET MAGAZINES DE LA VIE : DES RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLES

M6 a créé l'événement en 2006 avec des émissions qui ont fortement marqué le public.

Nouvelle Star, pour sa 4^e saison, a enregistré un record historique avec 4,9 millions de téléspectateurs en moyenne. La 1^{re} saison de *Pékin Express*, diffusée début 2006, a rassemblé en moyenne 3 millions de téléspectateurs le dimanche après-midi. Les téléspectateurs ont aussi pu découvrir *L'amour est dans le pré* et *Vive la Cantine* ! Les magazines de la vie ont innové avec le lancement de *D&CO*, émission de décoration hebdomadaire dont le succès a permis la déclinaison du magazine en prime time. M6 a enfin poursuivi la diffusion de programmes forts, tels que *Chef la recette*, *Recherche appartement ou maison*, ou encore *E=M6*, qui après 500 numéros diffusés en 16 ans de présence à l'antenne reste un des programmes favoris du public.

LES DOCUMENTAIRES : COMPRENDRE, SUSCITER LE DIALOGUE

Pendant dix semaines, M6 a permis à plus de 3,5 millions de téléspectateurs en moyenne de vivre le quotidien de l'hôpital Robert Debré en suivant la série documentaire *L'Hôpital des enfants*, réalisée par Gilles de Maistre.

LES SÉRIES INTERNATIONALES : LE PHÉNOMÈNE

M6 confirme une fois de plus son positionnement de chaîne de référence en matière de séries étrangères, en proposant les meilleures nouveautés. L'année 2006 aura été marquée par la diffusion de séries événement, comme *Desperate Housewives* (saison 1) et *Prison Break* (saison 1) à la rentrée de septembre, qui a attiré 5,9 millions de téléspectateurs en moyenne, avec un record absolu d'audience avec le dernier épisode à 7,5 millions de téléspectateurs. Les séries du vendredi soir ont confirmé leur puissance avec le succès de la 3^e saison de *NCIS*.

LE CINÉMA : UNE OFFRE ÉCLECTIQUE

L'offre cinéma, renforcée par la politique d'acquisition du Groupe en matière de droits de diffusion et de catalogue, a confirmé ses bons scores dans des genres divers : films fantastiques (*X-Men 2*), films prestigieux (*Gangs of New York*) ou comédies (*Les 11 commandements*).

■ UNE BONNE PERFORMANCE PUBLICITAIRE

L'année publicitaire de la chaîne M6 s'est achevée sur une croissance de 3,9% de ses recettes publicitaires nettes (+5,5% en données brutes, source TNS MI). Cette performance souligne la montée en puissance de la chaîne sur les créneaux horaires en soirée et la transformation des progressions d'audience en recettes publicitaires.

Le marché publicitaire a été caractérisé en 2006 par une relative volatilité des investissements publicitaires, entraînant des variations trimestrielles importantes. Sur l'année, les investisseurs des secteurs Alimentation et Entretien sont en léger retrait, tandis que les secteurs Services, Transports et Télécommunications ont accru leurs investissements publicitaires. Le secteur des Télécommunications a été particulièrement dynamique, porté par la déreglementation des annuaires téléphoniques, mais aussi par le développement des offres dites « Triple Play » et le lancement de nouveaux produits en téléphonie mobile.

La part de marché publicitaire brute de M6 en 2006 s'est établie à 23,15%, stable par rapport à 2005 qui constituait un niveau record depuis la création de la chaîne. M6 conforte sa position de 2^e support télévisuel en France pour les investissements publicitaires.

■ UNE DIFFUSION ACCRUE DE LA CHAÎNE M6

Conformément aux termes de l'accord en télévision payante, M6 est disponible en qualité numérique sur le bouquet CanalSat depuis le 19 décembre 2006. Par ailleurs, depuis début janvier 2007, M6 est accessible sur les bouquets de chaînes proposés par les fournisseurs d'offres ADSL, tels qu'Alice, Free, Neuf et Orange.

■ UNE ANNÉE DE SUCCÈS POUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES

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

Les recettes des chaînes numériques ont progressé de 17%, reflet de leur positionnement efficace. La contribution au résultat opérationnel courant est marquée par le développement de W9, qui s'est imposée, au fil de l'année 2006, comme la chaîne leader en audience journalière cumulée des nouvelles chaînes de la TNT gratuite. La programmation de W9 a été enrichie, avec des événements comme le Championnat d'Europe Espoirs de football 2006 et la diffusion de séries exclusives.

Par ailleurs, le Groupe M6 a annoncé, fin 2006, le rachat des 49% dans Téva pour porter son pourcentage de détention à 100%. Cette acquisition s'inscrit dans une stratégie visant à conforter la famille de chaînes puissantes, variées et complémentaires en termes de publics.

■ UNE STRATÉGIE DE DIVERSIFICATIONS ET DE DROITS AUDIOVISUELS QUI PORTE SES FRUITS

La stratégie de diversifications du groupe a franchi un nouveau palier en 2006 : la contribution au chiffre d'affaires consolidé des diversifications et droits audiovisuels atteint 551,0 M€, avec un niveau de rentabilité opérationnelle courante de 9,3%.

- Le pôle Vente à Distance, dynamisé par *mistergooddeal.com*, a dépassé les prévisions de 200 M€ de chiffre d'affaires, communiquées lors de l'acquisition, reflet de la pertinence du positionnement multicanal de ce nouvel acteur, mêlant e-commerce et téléachat.
- Le pôle Interactivité a poursuivi son développement sur ses métiers et accentué sa présence sur Internet, avec le lancement de nouveaux sites communautaires et de nouveaux services, dont la *Vidéo On Demand* avec *m6video.fr*. L'accord de téléphonie mobile M6 mobile by Orange a conquis 540 000 nouveaux clients au cours de l'année, portant le parc clients à plus de 767 000 à la fin 2006, dix-neuf mois après son lancement. Le pôle Interactivité a enregistré en 2006 une progression significative de sa contribution au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel du Groupe.
- Le pôle Droits audiovisuels a connu une année de succès, notamment grâce à la montée en puissance de l'activité de SND. Les films acquis depuis plusieurs années, en vue de leur exploitation sur l'ensemble des supports (salle, vidéo, télévision, et désormais VOD), ont attiré un public nombreux. L'activité a aussi été soutenue par les ventes à l'international du film d'animation *Astérix et les Vikings*. Par ailleurs, le pôle a été renforcé avec l'acquisition de Mandarin Films, détentrice d'un catalogue de longs-métrages (*Les Chevaliers du ciel*, *Brice de Nice*,...). Ce pôle a contribué positivement en 2006 au résultat opérationnel courant du Groupe.
- Le Football Club des Girondins de Bordeaux a réalisé une saison sportive 2005/2006 de grande qualité, le Club terminant 2^e du championnat, et se qualifiant directement en la Ligue des Champions. Grâce à ses bons résultats sportifs, le Club a bénéficié d'une forte croissance de ses droits TV, permettant une forte progression de la contribution au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant du Groupe.
- Enfin, le pôle Interactions a limité le retrait de son chiffre d'affaires, pénalisé par les activités musicales.

■ 1.2.2. COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

Le compte de résultat du Groupe est présenté pour 2005 et 2006 en distinguant, d'une part, le compte de résultat des activités poursuivies et, d'autre part, la contribution de TPS en application de l'IFRS 5 - Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées. En effet, le rapprochement de TPS avec le Groupe Canal+, réalisé à travers un apport de 34% de TPS rémunéré par une prise de participation pour 5,1% dans le nouvel ensemble, a été annoncé le 16 décembre 2005 et mis en œuvre tout au long de l'exercice 2006.

En 2006, le chiffre d'affaires consolidé des activités poursuivies s'établit à 1 283,4 M€ en progression de 18,8%. À périmètre constant, hors Mandarin Films acquis en 2006 et après retraitement sur une base comparable des chiffres d'affaires de SNC et Mistergooddeal (sociétés consolidées, respectivement, depuis le 1^{er} avril 2005 et le 15 novembre 2005), cette progression s'élève à 10,9%.

Les recettes publicitaires de la chaîne M6 ont progressé de 3,9% pour s'établir à 649,7 M€, après un exercice 2005 où la croissance s'était établie à 4,0%.

Cette performance est le reflet du maintien de la part de marché publicitaire de la chaîne en lien avec la progression de la part d'audience de la chaîne sur la cible commerciale des ménagères de moins de 50 ans dans un marché beaucoup plus fragmenté par la croissance des parts d'audiences des nouvelles chaînes.

Le chiffre d'affaires des chaînes numériques progresse de +17,0% à 75,6 M€, soutenu par la croissance combinée des recettes publicitaires et des revenus abonnés de Paris Première et de Téva, ainsi que par la forte progression de W9.

Le pôle Diversifications et Droits audiovisuels réalise un chiffre d'affaires de 551,0 M€, en croissance de 44,9%. À périmètre constant, hors Mandarin Films acquis en 2006 et après retraitement sur une base comparable des chiffres d'affaires de SNC et Mistergooddeal, la progression s'établit à 22,5%.

L'activité de Vente à Distance, qui regroupe HSS et Mistergooddeal, représente près de la moitié du pôle avec un chiffre d'affaires de 224,1 M€ et une croissance intrinsèque de l'ordre de 12,4% (plus de 50% pour Mistergooddeal).

Les activités liées à l'interactivité et aux nouvelles technologies (M6 Web et M6 Mobile) progressent également très significativement avec un chiffre d'affaires de 66,4 M€ (+56,2%).

Le chiffre d'affaires de SND et des autres filiales de distribution de droits audiovisuels s'affiche à 88,0 M€, en très forte croissance (+51,0%), porté par des sorties réussies tant en salles qu'en vidéo et par une activité soutenue des ventes de droits à l'international. Le FCGB contribue aussi au dynamisme du pôle avec un chiffre

d'affaires de 67,6 M€, le double de celui affiché en 2005, en lien avec le classement de 2^e dans le championnat de France 2005-2006 et la participation au 1^{er} tour de la Ligue des Champions. Seul le pôle M6 Interactions enregistre une baisse de son chiffre d'affaires (-8,0% à 104,9 M€), pâtissant comme en 2005 du fléchissement des recettes de l'activité musicale.

Les autres produits sont en revanche en décroissance de 33,9 M€ en lien avec une baisse de 13,5 M€ des autres produits du FCGB (résultant en 2005 des cessions de joueurs) et avec la neutralisation de la production immobilisée sur les émissions de flux produites au sein du Groupe contre l'amortissement de l'actif immobilisé correspondant à compter de 2006 et dans les comptes consolidés uniquement.

L'effet combiné de la croissance du chiffre d'affaires et de la baisse des autres produits entraîne une progression de 169,5 M€ (+15,0%) des produits opérationnels consolidés à 1 300,2 M€.

Hors plus-value sur cession d'immobilisations et pertes de valeur sur les actifs non amortissables, les charges opérationnelles des activités poursuivies progressent de 168,5 M€ (+18,5%).

Cette augmentation résulte :

- pour partie des variations de périmètre, notamment avec la consolidation en année pleine et la croissance de Mistergooddeal expliquant à elles seules +84,6 M€ de variation ;
- de la même façon, le développement continu de W9 a contribué à augmenter les charges opérationnelles pour +5,9 M€ ;
- le renforcement de la grille de M6 explique la variation pour 44,1 M€ dont 27,0 M€ au titre de l'acquisition des droits TV de la Coupe du Monde de football 2006 (hors frais techniques) et 17,1 M€ sur les autres programmes, soit une croissance du coût de la grille de 5,8% hors Coupe du Monde de football ;
- enfin, les autres charges opérationnelles augmentent de 33,9 M€, reflétant la croissance des activités du Groupe, notamment celles de SND et M6 Studio qui voient leurs charges d'amortissements progresser de 15,8 M€ en corrélation avec la croissance de leurs recettes (dont l'exploitation du film *Astérix et les Vikings*) ou de M6 Web qui enregistre une augmentation de ses charges opérationnelles de 12,4 M€ (à un rythme de +38,0% inférieur à la progression du chiffre d'affaires qui s'établit à +56,2%).

Analysée sous l'angle des natures de charges :

- la progression la plus marquante concerne les consommations et autres charges opérationnelles (+112,6 M€) expliquée pour une large part par le coût direct des ventes de Mistergooddeal et les achats de programmes de M6 ;
- les charges de personnel augmentent quant à elles de 35,3 M€ (+21,8%). Hors effet de périmètre, retraitement lié à l'application de l'IFRS 2 - *paiement fondé sur des actions*, et FC Girondins de Bordeaux, la progression est de 13,5 M€ soit +9,1%, une évolution liée à la progression combinée des effectifs et de la rémunération moyenne ;
- la charge liée à l'IFRS 2 est en hausse de 5,1 M€, combinant le coût des plans d'attributions gratuites de 2005 et 2006, amorti sur deux ans (correspondant à la période d'acquisition des droits) et celui des stock-options, amorti sur quatre ans (durée applicable aux plans de stock-options) ;
- la variation des dotations aux amortissements et provisions (+14,9 M€) trouve essentiellement son explication dans l'amortissement des droits commercialisés par les sociétés du pôle Droits audiovisuels.

Les éléments non récurrents que constituent plus ou moins values sur cession d'immobilisations et pertes de valeur sur actifs non amortissables ont un impact négatif sur le résultat

opérationnel de -2,6 M€, charge correspondant à la dépréciation des goodwill Citato et Fun TV. En 2005, le Groupe avait enregistré les plus-values de cession de RTL Shop et Home Travel Services pour +13,3 M€ et une dépréciation de goodwill pour seulement -0,8 M€. La variation d'un exercice à l'autre sur ces éléments non récurrents est donc négative de -15,1 M€.

Le résultat opérationnel du groupe atteint ainsi 219,5 M€ en recul de -6,0 %. Hors plus-value de cession, pertes de valeur sur actifs non amortissables et amortissement des marques, ce résultat, plus généralement désigné comme EBITA, s'établit en 2006 à 223,0 M€ contre 221,1 M€ en 2005.

Le résultat financier des activités poursuivies s'établit à +8,3 M€ en forte progression (+5,6 M€) par rapport à 2005.

Elle est en grande partie due à la croissance des produits d'intérêt nets des charges d'intérêt, reflétant pour +2,4 M€ l'augmentation de la trésorerie moyenne placée et de la hausse des taux d'intérêt.

Par ailleurs, alors qu'en 2005, le Groupe avait été amené à constater une perte de valeur d'actifs financiers disponibles à la vente pour -2,5 M€, le Groupe a enregistré en 2006 un produit net de +0,8 M€ au titre de la cession de ses titres Newsweb.

L'impôt sur les sociétés comptabilisé en 2006 pour les activités poursuivies s'élève à 75,5 M€ contre 85,1 M€ en 2005.

Le taux d'imposition apparent ressort à 33,1% contre 36,0% en 2005. La baisse de ce taux s'explique pour une grande partie par l'impact de différences permanentes entre comptabilité et fiscalité en lien avec des réorganisations internes au Groupe.

Le résultat net des activités poursuivies s'élève à +152,3 M€, en légère progression (+0,8%).

Le résultat net des activités cédées ou en cours de cession s'élève à 256,8 M€ en 2006, non comparable aux 5,1 M€ enregistrés en 2005.

Le résultat 2005 traduisait la seule quote-part de M6 (34%) dans le résultat net 2005 de TPS.

En 2006, il s'analyse en revanche comme la somme :

- de la quote-part M6 du résultat net de TPS des 8 premiers mois de l'exercice (période de contrôle conjoint avec TF1), soit 14,3 M€, sans qu'aucun amortissement des actifs non courants (en application de l'IFRS 5) n'ait été comptabilisé ;
- de la plus-value nette d'apport de TPS à Canal+ France pour 242,5 M€, incluant la juste valeur de l'option de vente des titres Canal+ France dont dispose le Groupe à échéance 2010.

Compte tenu des intérêts minoritaires (-0,6 M€ en 2006) et du résultat net des activités cédées ou en cours de cession, le résultat net part du groupe s'élève à +408,5 M€, contre +156,2 M€ en 2005.

**1.2.3. COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ
ANALYTIQUE**

Le compte de résultat analytique présenté ci-après s'appuie sur la segmentation des activités du Groupe retenue dans le cadre de l'IAS 14 - *Information sectorielle*.

L'EBITA correspond au résultat opérationnel courant et est défini comme le résultat opérationnel avant prise en compte de la perte de valeur des actifs non amortissables, amortissement des mar-

ques et des plus-values sur cession d'actifs financiers ou de filiales. Les éliminations et résultats non affectés se rapportent au coût des plans d'option d'achat et de souscription d'actions, au coût des plans d'attribution d'actions gratuites et à des éliminations de consolidation non affectables à un segment. La progression de leur montant total est liée à l'amortissement plus rapide des plans d'attribution d'actions gratuites (deux ans) par rapport aux plans de stock-options (amortissables sur quatre ans correspondant à la durée d'acquisition des droits).

En M€	31/12/2006	31/12/2005	Variation 2006 / 2005	
			En M€	En %
ANTENNE M6				
Chiffre d'affaires - Publicité	649,7	625,5	24,2	3,9%
Chiffre d'affaires - Autres activités	7,0	9,5	(2,5)	-25,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	183,0	201,3	(18,3)	-9,1%
CHAÎNES NUMÉRIQUES				
Chiffre d'affaires	75,6	64,6	11,0	17,0%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	(2,6)	(3,8)	1,2	-31,3%
DIVERSIFICATIONS & DROITS AUDIOVISUELS				
Chiffre d'affaires	551,0	380,3	170,7	44,9%
Résultat opérationnel courant (EBITA)	51,2	25,6	25,6	99,8%
Éliminations et résultats non affectés	(8,5)	(2,0)	(6,6)	337,8%
Chiffre d'affaires des activités poursuivies	1 283,4	1 079,9	203,4	18,8%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des activités poursuivies	223,0	221,1	1,9	0,8%
Amortissements des marques	(0,9)	-	(0,9)	
Perte de valeur des actifs non amortissables	(2,6)	(0,8)	(1,7)	
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	13,3	(13,3)	
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies	219,5	233,6	(14,1)	-6,0%
Résultat financier des activités poursuivies	8,3	2,7	5,6	
Part dans les sociétés mises en équivalence	-	-	-	
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies	227,7	236,3	(8,5)	-3,6%
Impôt sur le résultat des activités poursuivies	(75,4)	(85,1)	9,7	
Résultat net des activités poursuivies	152,3	151,2	1,2	0,8%
Résultat net des activités abandonnées (TPS)	256,8	5,1	251,7	N/S
Résultat net	409,1	156,3	252,8	161,8%
Part des minoritaires	(0,6)	(0,1)	(0,5)	
Résultat net part du Groupe	408,5	156,2	252,4	161,6%

2. PRÉSENTATION DES ACTIVITÉS ET DES RÉSULTATS 2006

2.1. ANTENNE M6

En M€	31/12/2006			31/12/2005			variation 2006/2005		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Chaîne	664,4	649,7	138,2	642,4	625,5	161,3	24,0	24,2	(23,0)
M6 Publicité (Régie)	65,6	2,7	41,4	61,1	2,4	40,4	4,6	0,3	1,0
M6 Films	1,8	1,3	0,6	1,9	1,8	(1,5)	(0,0)	(0,5)	2,1
Sociétés de Production	71,5	2,8	(0,2)	65,4	5,2	(1,3)	6,1	(2,4)	1,1
Sociétés Immobilières	8,5	0,1	3,0	8,0	0,1	2,5	0,5	0,0	0,5
Autres	1,0	0,1	-	0,9	-	-	0,1	0,1	-
Éliminations intra-segment	(123,5)	-	-	(117,5)	-	-	(8,0)	-	-
Antenne M6	689,4	656,8	183,0	662,2	635,0	201,3	27,2	21,7	(18,3)

■ 2.1.1. L'ANTENNE

En M€	31/12/2006	31/12/2005	Variation 2006 / 2005	
			En M€	En %
Chiffre d'affaires - Publicité hors Groupe	649,7	625,5	24,2	3,9%
Chiffre d'affaires - Publicité Groupe	14,6	15,2	(0,6)	-3,7%
Sous total coût de la régie (quote-part M6), taxes et droits d'auteur, coûts de diffusion	(119,0)	(120,8)	(1,8)	-1,5%
Recettes nettes diffuseurs	545,3	519,9	25,4	4,9%
Coût de la grille	(302,5)	(258,4)	(44,1)	17,1%
Marge brute de la grille	242,8	261,5	(18,7)	-7,2%
En %	44,5%	50,3%		
Autres charges d'exploitation de la chaîne nettes des recettes annexes	(70,0)	(65,0)	(5,0)	7,7%
Commissions hors segment nettes du coût de la régie non affecté à M6	6,8	5,1	1,7	33,5%
Résultat opérationnel courant (EBITA) des autres filiales de l'Antenne M6	3,4	(0,3)	3,7	
Résultat opérationnel courant (EBITA)	183,0	201,3	(18,3)	-9,1%

Glossaire

Recettes nettes diffuseurs : elles comprennent le chiffre d'affaires publicitaire réalisé par la chaîne M6, diminué du coût net des prestations de la régie M6 Publicité (quote-part de la chaîne), des prélèvements obligatoires proportionnels au chiffre d'affaires et du coût de diffusion.

Coût de la grille : il correspond au coût des programmes diffusés sur la chaîne M6 (ces programmes peuvent être soit achetés, soit produits ou coproduits). Ces coûts comprennent les charges relatives aux droits de diffusion invalides ou improbables.

Marge brute de la grille : la marge brute de la grille correspond à la différence entre les recettes nettes diffuseurs et le coût de la grille.

M6 Métropole Télévision (SA)

M6 Métropole Télévision, société mère du Groupe M6, diffuse la chaîne M6. Elle en détermine la stratégie de programmation, la politique d'acquisition ou de production des programmes et la structure de la grille. M6 encaisse le chiffre d'affaires des écrans publicitaires et de parrainage diffusés à l'antenne.

M6 Métropole Télévision définit les orientations stratégiques des différentes entités du Groupe et gère les fonctions transversales de support. Les actifs économiques stratégiques du Groupe sont majoritairement détenus par la maison mère.

La chaîne a enregistré en 2006 une progression de 3,9% de ses recettes publicitaires, qui s'établissent à 649,7 M€. La progression du coût de la grille s'établit à 17,1%, marquée par les dépenses liées à la diffusion de la Coupe du Monde de football 2006 (29 M€, comprenant les coûts d'acquisition des droits et les coûts techniques). Hors Coupe du Monde de football, le coût de la grille a enregistré une hausse de 5,8%. La contribution de la chaîne au résultat opérationnel courant consolidé atteint 138,2 M€ contre 161,3 M€ en 2005.

La régie publicitaire M6 Publicité (SAS)

M6 Publicité recueille et commercialise pour le compte du Groupe Métropole Télévision la publicité et le parrainage diffusés sur ses antennes (M6, chaînes numériques), mais aussi désormais, par l'extension de ses activités pour devenir une véritable régie pluri-média, pour le compte d'autres supports : les titres de presse, les sites Internet du Groupe, l'événementiel, le *licensing*. M6 Publicité réalise l'ensemble des études commerciales et marketing permettant aux différents supports d'améliorer l'efficacité de leurs programmations ou de leur contenu éditorial.

La régie publicitaire, dont l'essentiel de l'activité est réalisé avec la chaîne M6 et les autres sociétés du Groupe, a contribué à hauteur de 41,4 M€ au résultat opérationnel courant du Groupe contre 40,4 M€ en 2005.

2.1.2. LES AUTRES ACTIVITÉS DE TÉLÉVISION GRATUITE

LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

M6 Films (SA)

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

Pour 2006, les investissements correspondants à cette obligation se sont élevés à 17,5 M€, en hausse de 5% par rapport à 2005, permettant à M6 Films de participer à la production de 12 nouveaux films.

M6 Films a poursuivi une politique de financement diversifiée, mêlant films à gros budget et projets prometteurs au devis moins ambitieux :

- En tête de liste des gros budgets, *Babylon Babies*, film de science-fiction européen de Mathieu Kassowitz avec Vin Diesel, en coproduction avec la Fox et StudioCanal, au budget de 50 M€.
- Pour les grosses productions françaises (budget supérieur à 7 M€), *Helphone*, la nouvelle comédie de James Huth après *Brice de Nice*, et *Gomes contre Tavares*, la suite du 1^{er} opus.
- Enfin, M6 Films a également misé sur des projets au budget plus réduit mais à la promesse forte, portés par des réalisateurs solides, comme *Le Premier Cri*, documentaire de Gilles de Maistre, ou le thriller *la Clef*, de Guillaume Nicloux.

Dans un contexte 2006 de hausse de la fréquentation des salles de cinéma en France (+6% par rapport à 2005), les 9 films coproduits par M6 Films au cours des exercices antérieurs et sortis au cours de l'année ont cumulé 10,1 millions d'entrées. Cinq films se sont classés dans le top 20 des films français de l'année : *Ne le dis à personne*, 2^e film du réalisateur Guillaume Canet, *OSS 117*, comédie de Michel Hazanavicius avec Jean Dujardin, *Nos jours heureux*, 2^e film des réalisateurs Eric Toledano et Olivier Nakache, *Astérix et les Vikings*, produit par M6 Studio, et enfin la comédie de Charlotte de Turckheim, *Les Aristos*.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé de M6 Films s'est établie à 1,3 M€. La contribution au résultat opérationnel courant du Groupe devient positive à 0,6 M€, contre -1,5 M€ en 2005.

■ LA PRODUCTION TÉLÉVISUELLE

Métropole Production (SA)

Métropole Production assure la production d'œuvres audiovisuelles, d'émissions et de magazines musicaux pour le compte de la chaîne M6.

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

C. Productions (SA)

C. Productions est une agence de presse qui a produit en 2006 pour M6 les magazines d'information *Capital*, *Zone Interdite* (en production exécutive), *Secrets d'actualité*, *Enquête exclusive*, *66 Minutes*, ou *100% Foot*. En plus de ces productions récurrentes, C. Productions a également produit des programmes spéciaux liés à l'actualité ainsi que des grands documents : *Ma vie au Commissariat*, *Quand l'Algérie était française*,...

Au total, C. Productions a produit en 2006, 250 heures de programmes, soit 60 de plus qu'en 2005.

Studio 89 Productions (SAS)

Créé en janvier 2003, Studio 89 produit pour la chaîne M6 et l'ensemble des chaînes numériques du Groupe un grand nombre d'émissions de divertissement (jeux, documentaires musicaux, et magazines).

En 2006, Studio 89 a produit 36 émissions représentant plus de 1 100 heures de programmes contre 997 heures en 2005. Pour M6, Studio 89 a produit 6 émissions quotidiennes (*Morning Café*, *Jour J*, *Tubissimo*,...), 3 émissions hebdomadaires (*Classé confidentiel*, *Hit Machine*, *Fan de*) et plusieurs prime times et secondes parties de soirées (*Le Meilleur de Franck Dubosc*, *Le pire du pire de Michael Youn*,...). Par ailleurs Studio 89 a produit de nombreux programmes pour les chaînes numériques du Groupe, qu'il s'agisse de formats hebdomadaires (avec notamment *En quête d'action*, *Les Dossiers de Téva*, *Fun People*), mensuels ou événementiels (*100 % séries* pour *Série Club*, *Nouvelle Star ça continue*) ou unitaires (*Le meilleur du pire de Michael Youn* pour TF6). Studio 89 est à l'origine de nouveaux concepts originaux ou d'adaptations de formats étrangers, et a poursuivi sa démarche en matière de détection de nouveaux talents, en introduisant une nouvelle génération d'animateurs pour ses émissions.

W9 Productions (SAS)

Créée en février 2003, W9 Productions illustre la volonté du Groupe de développer en interne ses compétences en matière de production d'émissions événementielles, de télé-réalité et de divertissements.

En 2006, W9 Productions a ainsi produit avec succès *Pékin Express*, dont la 2^e édition, *Pékin Express : la route de l'Himalaya*, sera diffusée sur M6 début 2007. L'année a également été marquée par la production de concerts événementiels, les *W9 Live*, proposant des concerts privés de Justin Timberlake, Diams ou encore Placébo. L'année 2006 a également été riche en Variétés et Divertissements avec *Laurent Gerra fait son show* et plusieurs éditions du *Grand marathon du rire*.

En 2007, il est envisagé de regrouper Studio 89 et W9 Productions pour constituer un pôle de production de programmes de flux renforcé au service du Groupe M6.

Labo Productions (SARL)

Consolidée pour la première fois en 2005, Labo Productions est une société de production d'émissions de divertissement, sans activité opérationnelle en 2006, et appelée à fusionner avec Studio 89.

Les sociétés de production du Groupe réalisent l'essentiel de leur activité avec la chaîne M6 et les chaînes numériques du Groupe. En 2006, leur contribution au chiffre d'affaires consolidé s'inscrit à 2,8 M€, avec une contribution de -0,2 M€ au résultat opérationnel courant consolidé.

Le pôle immobilier

IMMOBILIÈRE M6 (SA) ET SCI DU 107, AVENUE CHARLES-DE-GAULLE

Immobilière M6 est propriétaire du siège social du Groupe Métropole Télévision situé à Neuilly-sur-Seine, d'une surface d'environ 10 000 m², loué aux sociétés du Groupe. La SCI du 107, avenue Charles-de-Gaulle est propriétaire de 2 immeubles à Neuilly sur Seine, acquis en janvier 1999, d'une surface totale de 2 650 m², et loués aux sociétés du Groupe.

Tous les baux et les conventions de sous-location de ces locaux sont articulés en application d'un principe de facturation, à des conditions normales de marché, du loyer et des charges y afférents à chacun des occupants, en considération de sa quote-part de l'espace occupé.

2.2. LES CHÂÎNES NUMÉRIQUES

En M€	31/12/2006			31/12/2005			variation 2006/2005		
	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)	Chiffre d'affaires total	Chiffre d'affaires hors Groupe	Résultat opérationnel courant (EBITA)
Paris Première	31,0	30,6	1,0	26,0	25,7	(0,0)	5,0	4,9	1,1
W9	6,6	6,4	(9,0)	1,9	1,9	(6,8)	4,7	4,5	(2,1)
Teva	16,3	16,2	1,2	15,1	15,0	0,1	1,3	1,2	1,1
M6 Music Hits/Rock/Black	5,3	5,2	1,9	5,3	5,0	1,2	0,0	0,2	0,7
Fun TV	3,5	3,4	0,5	3,9	3,6	0,9	(0,4)	(0,1)	(0,4)
TF6	9,7	9,6	1,4	9,0	8,8	0,2	0,7	0,8	1,1
Série Club	4,0	3,9	0,4	4,5	4,5	0,7	(0,6)	(0,5)	(0,3)
Autres	3,6	0,2	-	3,4	0,2	-	0,2	-	-
Éliminations intra-segment	(2,7)	-	-	(3,2)	-	-	0,4	-	-
Chaînes Numériques	77,2	75,6	(2,6)	66,0	64,6	(3,8)	11,2	11,0	1,2

Paris Première (SA)

Créée en décembre 1986, Paris Première a été acquise à 100% par M6 en mai 2004. Disponible sur l'ensemble des réseaux de diffusion (TNT, satellite, câble, DSL et téléphone mobile), Paris Première bénéficie d'une plage en clair quotidienne de deux heures, accessible aux foyers équipés d'un adaptateur TNT gratuite. Sur cette tranche horaire de 18 h 50 à 20 h 50, Paris Première peut être reçue par plus de 21 millions d'individus, et par plus de 17 millions le reste de la journée. La chaîne se classe ainsi au 3^e rang des chaînes les plus reçues en France (hors chaînes hertziennes historiques).

En 2006, Paris Première a fêté ses 20 ans et a confirmé son identité et sa singularité, avec une programmation haut de gamme axée sur les événements, le théâtre, les spectacles et les séries, qui en fait l'une des chaînes les plus attractives des bouquets câble et satellite auprès d'un public CSP+.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé progresse de 19%, à la fois soutenue par la croissance des recettes publicitaires et des revenus abonnés. Le résultat opérationnel courant est positif de 1 M€ et en progression, en dépit d'investissements dans les programmes notamment et du coût croissant de la diffusion en numérique terrestre.

W9 - Edi TV (SNC)

Chaîne de la TNT gratuite, W9 est reçue par l'ensemble des foyers hertziens numériques et l'ensemble des foyers abonnés à une offre de télévision satellite, câble numérique ou ADSL, soit plus de 10 millions de foyers et près de 24 millions d'individus. Elle est également disponible pour les abonnés Orange et Bouygues Telecom bénéficiant de la téléphonie mobile 3G. Les prévisions de montée en puissance de la couverture TNT d'ici à 2010 laissent envisager que W9 serait alors reçue par 17 millions de foyers, soit 75% de la population française équipée TV.

Chaîne de nouvelle génération, moderne et résolument différente, elle a pour ambition de répondre aux attentes de son public, les jeunes adultes, en proposant une offre créative et innovante. Elle met l'accent sur une association équilibrée des genres les plus prisés du public, avec une dominante musicale, mais aussi de la fiction, du cinéma, du divertissement et du sport. Vingt-et-un mois après son arrivée au sein de ce nouveau paysage audiovisuel, W9 est aujourd'hui la 1^{re} chaîne des nouvelles chaînes de la TNT.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé s'établit à 6,4 M€, en très forte progression contre 1,9 M€ en 2005. Compte tenu des coûts inhérents au démarrage d'une chaîne en environnement gratuit (coût des programmes, coûts de diffusion), le résultat opérationnel courant est déficitaire de 9,0 M€, en ligne avec les prévisions du Groupe.

Téva – Sedi TV (SAS)

Créée en 1996, Téva, chaîne généraliste à coloration féminine, était détenue à 51% par M6 et à 49% par CTF (Groupe Marie Claire et Hachette Filipacchi Médias). En date du 7 décembre 2006, le Groupe M6 a annoncé la signature d'un protocole visant à acquérir les 49% de Téva à CTF. Ce protocole a été finalisé début 2007. Accessible à près de 13 millions d'individus abonnés, Téva est diffusée par satellite (TPS, CanalSat), le câble, ADSL (TPSL, CanalSatdsl, Free, 9 télécom, Alice) et téléphone mobile (Orange). Téva, qui a fêté ses 10 ans le 6 octobre 2006, propose des séries cultes et inédites, des grands films de cinéma, des formats de télé réalité en version originale et exclusifs en France. Depuis plusieurs saisons, des émissions identitaires, autour du thème de la décoration, ainsi que des magazines audacieux, confirment leur succès.

Téva a enregistré en 2006 une hausse de son chiffre d'affaires, qui s'établit à 16,2 M€, en croissance de 8%. Cette croissance de l'activité, conjuguée à une bonne maîtrise des charges, permet à la société de dégager une contribution au résultat opérationnel courant de 1,2 M€, contre 0,1 M€ en 2005.

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

M6 Music Hits, chaîne 100% musicale multigenres consacrée aux hits du moment, est diffusée sur TPS, les principaux réseaux du câble, l'ADSL (Tpsl, Free, 9 télécom), et la téléphonie mobile (M6 mobile, Orange, SFR, Bouygues). Elle compte 4,8 millions d'individus abonnés.

M6 Music Black, chaîne 100% musicale à thématique Black Music (Rap, R'N'B, Soul...), est diffusée sur TPS, Numéricable, ADSL (TPSL, Free, 9 télécom), et la téléphonie mobile. Elle compte 3,1 millions d'individus abonnés.

M6 Music Rock, chaîne 100% musicale consacrée à la musique Rock et Pop-Rock, est diffusée sur TPS, Numéricable, ADSL (TPSL, Free, 9 télécom), et la téléphonie mobile. Elle compte 3,1 millions d'individus abonnés.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé s'inscrit en légère progression, pour atteindre 5,2 M€, tandis que la contribution au résultat opérationnel courant du Groupe progresse pour s'établir à 1,9 M€, sous l'effet d'une bonne maîtrise des charges.

Fun TV (SNC)

Créée en 1997, Fun TV, chaîne de divertissement destinée aux 15/24 ans, compte à fin 2006 4,3 millions d'individus abonnés. La chaîne est diffusée sur TPS, les principaux réseaux du câble, par ADSL (Tpsl, Free, 9 télécom) et téléphone mobile.

Fun TV a enregistré en 2006 une légère baisse de son chiffre d'affaires et de sa contribution au résultat opérationnel courant du Groupe, qui s'établissent néanmoins respectivement à 3,4 M€ et 0,5 M€.

TF6 (SCS)

À fin 2006, TF6, détenue à parité avec TF1, totalise plus de 6 millions d'individus abonnés. La chaîne est distribuée en exclusivité satellite sur TPS et est intégrée aux offres des principaux câblo-opérateurs. Elle est aussi proposée sur la TNT payante. En 2007, la chaîne sera reprise sur CanalSat.

L'offre de programmes a été à nouveau enrichie en 2006, en vue d'offrir une programmation de véritable minigénéraliste de divertissement à destination des jeunes adultes, qu'il s'agisse de formats de télé réalité, de séries et enfin de cinéma.

Le chiffre d'affaires de TF6 enregistre une progression de 9%, et la contribution au résultat opérationnel courant s'améliore significativement à 1,4 M€ contre 0,2 M€ en 2005, sous l'effet d'une bonne maîtrise du coût de grille.

Série Club – Extension TV (SA)

Au 31 décembre 2006, Série Club, détenue à parité avec TF1, compte plus de 5,5 millions d'abonnés, et est distribuée sur le câble et le satellite (TPS). En 2007, Série Club sera reprise dans l'offre satellite de CanalSat.

Série Club, qui propose une offre variée de séries, avec une forte proportion d'inédits, continue sa stratégie d'innovation, et crée l'événement autour des séries lors de soirées spéciales.

En 2006, le chiffre d'affaires de Série Club est en retrait à 3,9 M€. La contribution au résultat opérationnel courant reste positive à 0,4 M€.

2.3. LES ACTIVITÉS DE DIVERSIFICATIONS ET DE DROITS AUDIOVISUELS

En M€	31/12/2006			31/12/2005			variation 2006/2005		
	Chiffre d'affaires		Résultat opérationnel	Chiffre d'affaires		Résultat opérationnel	Chiffre d'affaires		Résultat opérationnel
	total	hors Groupe	courant (EBITA)	total	hors Groupe	courant (EBITA)	total	hors Groupe	courant (EBITA)
SND	85,2	77,1	6,0	54,0	48,7	(3,2)	31,2	28,4	9,2
SNC	3,3	2,2	0,6	1,8	1,1	(0,2)	1,4	1,1	0,7
TCM	9,9	7,0	4,4	9,5	8,0	3,6	0,3	(1,0)	0,8
Mandarin et Mandarin Films	2,7	1,7	(0,4)	0,6	0,5	(1,3)	2,1	1,1	0,8
M6 Studio	9,2	0,0	(3,2)	-	-	0,0	9,2	-	(3,2)
Pôle Droits audiovisuels	110,2	88,0	7,3	65,9	58,3	(1,0)	44,3	29,7	8,3
Pôle Interactions (*)	116,9	104,9	7,2	121,5	114,0	8,1	(4,6)	(9,1)	(0,9)
Groupe HSS	125,4	123,3	5,2	120,0	118,1	6,2	5,4	5,2	(1,0)
Mistergooddeal	104,0	100,8	3,9	13,2	13,2	0,4	90,8	87,6	3,5
Pôle Vente à distance	229,4	224,1	9,0	133,2	131,3	6,6	96,2	92,8	2,4
Pôle Interactivité (M6 Web)	76,6	66,4	21,6	49,8	42,5	10,4	26,8	23,9	11,2
FCGB	67,7	67,6	6,1	34,5	34,2	1,5	33,2	33,4	4,6
Éliminations intra-segment	(28,2)	-	-	(11,1)	-	-	(17,1)	-	-
Diversifications & Droits Audiovisuels	572,6	551,0	51,2	393,7	380,3	25,6	178,9	170,7	25,6

* regroupe les entités juridiques suivantes : M6 Interactions, M6 Éditions, M6 Événements, Lifestage.

2.3.1. LE PÔLE M6 INTERACTIONS

Disques

Le marché du disque en France a continué de baisser pour la 4^e année consécutive, avec un recul en valeur de 10,7% et de 26,6% en volume par rapport à 2005 (source : SNEP). Le nombre de CD vendus a baissé de 20,9% et celui des singles de 27,9%. L'augmentation de 42% des ventes numériques par rapport à 2005 est loin de compenser cette baisse. Dans ce contexte difficile, M6 Interactions a enregistré en 2006 un recul de ses ventes, avec 7,7

millions d'unités contre 10,3 millions en 2005, en dépit de nombreux succès commerciaux, dont notamment le single « Pas le temps » de Faf Larage, meilleure vente de singles en France en 2006.

Publications de produits composites

Une part importante des publications est composée de DVD, vendus sous forme de collections ou en individuels. En 2006, le marché de l'Édition Vidéo a enregistré une baisse de l'ordre de 4% des volumes vendus, accompagnée d'un recul de l'ordre de 6 à 7% en valeur (source : SEV).

Pour le Groupe M6, le volume total de ventes des Produits Composites a atteint 9,16 millions d'unités vendues en 2006, en progression de 2,5% par rapport à 2005.

Presse – Éditions

M6 Éditions a pour activité la publication de magazines sur le marché de la presse jeune et de la presse adulte gratuite.

En presse jeune, M6 Éditions édite deux titres principaux que sont *Fan 2* (bimestriel) et *Hit Machine Girl* (mensuel). Depuis 2005, a également conforté sa position dans la presse gratuite, en acquérant *Citato*, mensuel gratuit destiné aux jeunes et distribué dans les lycées, universités et grandes écoles, puis en prenant en 2006 une participation au capital de Femmes en Ville, editrice du mensuel féminin *Femme en ville* ainsi que *d'Homme en ville*, destiné aux hommes urbains de 25 à 49 ans. M6 Éditions développe également une activité de coédition de livres dérivés de programmes à succès de l'antenne.

M6 Événements (SA) – Live Stage (SAS)

M6 Événements a pour activité l'organisation de spectacles et la communication événementielle. En 2006, la filiale Live Stage, spécialisée dans les spectacles musicaux, a réduit son activité en matière de comédie musicale.

Le chiffre d'affaires du Pôle Interactions s'inscrit en retrait, à 104,9 M€ contre 114,0 M€ en 2005, essentiellement pénalisé par le recul des activités musicales. La contribution au résultat opérationnel courant s'établit en retrait, à 7,2 M€ contre 8,1 M€ en 2005. Le taux de marge opérationnelle courante demeure néanmoins stable, reflétant la variabilité des coûts opérationnels et la bonne maîtrise des frais fixes.

2.3.2. LE PÔLE VENTE À DISTANCE

Home Shopping Service (SA) et Mistergooddeal (SA)

Filiale de téléachat, détenue à 100% depuis 1998, Home Shopping Service (HSS) domine aujourd'hui le secteur de la vente à la télévision, avec 700 heures de diffusion de programmes par semaine, 2 millions de clients actifs et 2,5 millions de produits écoulés en 2006.

HSS a développé une stratégie de distribution multicanal, en réalisant des programmes diffusés sur près de 40 chaînes, en proposant une chaîne 24h/24, et en relayant ces vitrines télévisées par l'envoi de catalogues de vente par correspondance ainsi que par 30 sites Internet. Enfin, depuis fin 2005, HSS a ouvert deux magasins et étend le concept du produit M6 Boutique dans les réseaux de grande distribution.

La contribution de HSS au chiffre d'affaires consolidé a progressé de 4,4% pour atteindre 123,3 M€, notamment sous l'impulsion du développement de M6 Boutique la Chaîne. Le résultat opérationnel courant est en léger retrait à 5,2 M€, reflétant la moindre contribution des infomercials.

Avec l'acquisition de Mistergooddeal en novembre 2005, le pôle de Vente à Distance du Groupe M6 est positionné sur des marchés complémentaires, et bénéficie de la forte croissance du commerce en ligne. En 2006, les ventes sur Internet ont totalisé 12 milliards d'euros en France, en croissance de 40% (source : ICE / Fevad). Mistergooddeal a, durant l'exercice, consolidé sa position parmi les grands sites marchands, avec régulièrement plus de 2 millions de visiteurs uniques par mois.

La contribution de Mistergooddeal au chiffre d'affaires consolidé s'établit à 100,8 M€ (consolidation sur 12 mois) contre 13,2 M€ en 2005 (consolidation sur un mois et demi). Sur 2006, le taux de croissance du chiffre d'affaires de Mistergooddeal est supérieur à 50%. La contribution au résultat opérationnel courant s'établit à 3,9 M€.

Au total, le pôle Vente à Distance a réalisé un chiffre d'affaires de 224,1 M€, supérieur aux prévisions annoncées lors de l'acquisition de Mistergooddeal, avec un résultat opérationnel courant de 9,0 M€, soit une marge opérationnelle courante de 4,0% conforme aux attentes du Groupe.

■ 2.3.3. LE PÔLE INTERACTIVITÉ : M6 WEB (SAS) ET M6 MOBILE BY ORANGE

M6 Web, filiale en charge des développements dans les nouvelles technologies pour le Groupe, est structurée autour de 4 pôles opérationnels : l'Internet, l'interactivité avec les programmes, l'exploitation de contenus pour mobiles et la téléphonie mobile.

- Le pôle Internet édite une trentaine de sites Internet qui se sont classés, sur plus de la moitié de l'année, dans le Top 30 des groupes de sites les plus fréquentés. De nombreuses nouveautés ont vu le jour en 2006, qu'il s'agisse de services communautaires gratuits (Yootrube, Wideo), de déclinaisons thématiques (femme-en-ville.com) ou de services payants, à l'instar de m6video.fr, site de VOD.
- Le pôle Interactivité a poursuivi son développement avec le renouvellement de formats interactifs et le renforcement de la proximité avec les téléspectateurs.
- Le pôle Mobilité développe les contenus sur mobile (personnalisation, vidéo, jeux SMS, chat). Cette activité a été renforcée en 2006 avec la création d'Echo6, détenue à 50% par le Groupe, qui a pour objet le développement de produits et de services de divertissement mobile.
- Enfin, avec plus de 767 000 clients à fin 2006, soit une progression de plus de 540 000 abonnés sur l'année, l'accord de téléphonie M6 mobile by Orange, lancé en juin 2005, a confirmé son succès commercial. La gamme d'offres post-payées a été élargie, et une offre pré-payée a été lancée fin 2006.

Le pôle Interactivité (M6 Web y compris M6 mobile by Orange) a enregistré en 2006 une nouvelle année de croissance, avec un chiffre d'affaires qui progresse de 56,2%, pour s'établir à 66,4 M€. Le résultat opérationnel courant fait plus que doubler, s'élevant à 21,6 M€ contre 10,4 M€ en 2005.

■ 2.3.4. LE FOOTBALL CLUB DES GIRONDINS DE BORDEAUX (SASP)

La société anonyme sportive professionnelle Football Club des Girondins de Bordeaux (FCGB) est détenue à 99,76% par M6 Foot, SAS elle-même détenue à 100% par Métropole Télévision.

La saison 2005/2006, entamée sous l'égide d'un nouvel entraîneur de renommée internationale qui a constitué un groupe de joueurs professionnels densifié tant sur le plan qualitatif que quantitatif, s'est achevée pour le Football Club des Girondins de Bordeaux par une place de 2^e de la Ligue 1, qualificative pour la Ligue des Champions.

À la mi-saison 2006/2007, le FCGB occupait la 8^e place du classement. Le Club a atteint les 1/16^e de finale de la Coupe de l'UEFA, et a remporté la finale de la Coupe de la Ligue fin mars 2007.

Le Centre de Formation poursuit sa vocation visant à faire émerger de jeunes talents, et contribue à faire du FCGB l'un des clubs français les plus performants en la matière.

La contribution du FCGB au chiffre d'affaires du Groupe atteint 67,6 M€, contre 34,2 M€ en 2005, notamment grâce à la hausse des droits TV consécutive aux performances sportives du Club et à sa qualification en championnat européen. Cette croissance des revenus permet de dégager une contribution au résultat opérationnel courant du Groupe en forte progression, à 6,1 M€ contre 1,5 M€ en 2005.

■ 2.3.5. LE PÔLE DROITS AUDIOVISUELS

Société Nouvelle de Distribution (SA)

SND a pour principale activité l'acquisition, la gestion et la distribution de droits d'exploitation d'œuvres audiovisuelles, tout au long de leur cycle d'exploitation (cinéma, vidéo, cession des droits en faveur de diffuseurs de télévision payante et de télévision gratuite).

L'activité cinéma de SND a connu de bonnes performances, avec 18 films distribués en salle contre 13 en 2005. Ces films ont totalisé plus de 6,3 millions d'entrées. *Lord of War*, *Nos Jours Heureux*, *Astérix et les Vikings* ont été les principaux succès de l'année.

L'activité vidéo a fortement progressé en 2006, avec 4,4 millions d'unités vendues (+54% en volume par rapport à 2005), notamment avec les films *Mr & Mrs Smith*, *Lord of War*, *Astérix et les Vikings*, ainsi que les séries *Kamelott* et *Un, deux, tres*. En 2006, M6 Vidéo a édité 125 nouveautés, portant son catalogue à plus de 600 titres. L'activité de cession de droits télévisés et de distribution internationale a été soutenue par les ventes réalisées sur *Astérix* et les *Vikings* dans plus de 30 pays.

Sous l'effet du développement de l'ensemble de ses activités, la contribution de SND au chiffre d'affaires consolidé progresse significativement pour atteindre 77,1 M€ contre 48,7 M€ en 2005. La contribution au résultat opérationnel courant devient largement positive à 6,0 M€.

Société Nouvelle de Cinématographie (SAS)

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

En 2006, la société a contribué à hauteur de 2,2 M€ au chiffre d'affaires du Groupe (contre 1,1 M€ en 2005 sur 8 mois), avec une montée en puissance progressive de l'exploitation du catalogue. La contribution au résultat opérationnel courant est positive à hauteur de 0,6 M€.

TCM Droits Audiovisuels (SNC)

TCM D.A, constituée en septembre 1996, a pour objet l'acquisition, la distribution, la vente, l'importation et l'exportation, la promotion, la mise à disposition et le négoce de droits d'exploitation de toutes œuvres cinématographiques et audiovisuelles pour les territoires Francophones. L'actionariat se décompose de la façon suivante : M6 (50%), TF1 (50%).

Les ventes de TCM D.A sont réalisées avec les grandes chaînes nationales hertziennes, les chaînes du câble et du satellite, ainsi qu'en Belgique et en Suisse.

En 2006, le développement des ventes s'est poursuivi notamment sous l'impulsion des chaînes du câble et du satellite, illustrant le caractère stratégique de la maîtrise des contenus dans un environnement marqué par la multiplication du nombre de chaînes.

La contribution de TCM au chiffre d'affaires consolidé s'établit à 7,0 M, avec une progression de la contribution au résultat opérationnel courant, qui atteint 4,4 M€ contre 3,6 M€ en 2005.

Mandarin et Mandarin Films (SAS)

Les sociétés Mandarin et Mandarin Films, acquises respectivement en 2002 et 2006, possèdent, en vue de leur exploitation, un catalogue de films longs métrages. Mandarin Films, acquise en 2006, est une société de production cinématographique, détentrice d'un catalogue de longs métrages tout public, ayant connu des succès lors de leur sortie en salle. Mandarin Films détient notamment *Brice de Nice* et les *Chevaliers du ciel*.

Grâce à l'acquisition de Mandarin Films et aux premiers revenus d'exploitation de son catalogue, la contribution au chiffre d'affaires consolidé progresse pour atteindre 1,7 M€, avec une contribution de -0,4 M€ au résultat opérationnel courant, sous l'effet des amortissements du catalogue.

M6 Studio (SAS)

Créée en 2003, M6 Studio est dédiée au développement et à la production de longs métrages d'animation français. M6 Studio a achevé en 2006 la production de son premier long métrage d'animation, *Astérix et les Vikings*, coproduit avec Mandarin SAS et le studio 2d3D Animations, en association avec le studio danois A Film AS. Sorti en salles sur 612 copies le 12 avril 2006, et en

vidéo le 25 octobre 2006, le film a réalisé 1,37 millions d'entrées en salle et 300 000 DVD vendus à fin 2006. Par ailleurs, le film, distribué par SND à l'international, a été vendu dans une trentaine de pays, dont l'Allemagne, l'Espagne, la Russie, le Mexique et la Chine.

M6 Studio a réalisé l'essentiel de ses revenus avec le Groupe, en confiant la distribution salle, vidéo ainsi que la vente de droits à l'international d'*Astérix et les Vikings* à SND. La contribution de M6 Studio au résultat opérationnel du Groupe est négative de 3,2 M€, sous l'effet de l'amortissement de la production du film.

3. STRUCTURE FINANCIÈRE ET TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE

3.1. STRUCTURE FINANCIÈRE

Au 31 décembre 2006, les capitaux propres part du Groupe s'élevaient à 800,2 M€ en hausse de 296,1 M€ par rapport au 31 décembre 2005.

Cette variation est égale au résultat de l'exercice (+408,5 M€) net du versement des dividendes au titre de 2005 (-125,0 M€) et des impacts résultant de l'application des normes IAS 39 - *Instruments financiers : comptabilisation et évaluation*, IFRS 2 - *Paiements en actions et assimilés*, et de la variation des actions propres détenues dans le cadre des plans de stock-options (+12,7 M€).

La part des minoritaires dans les capitaux propres s'établit à +0,9 M€ et se rapporte principalement à la détention de 49% de Sedi TV (Téva) par des actionnaires hors Groupe.

Le total bilan s'élève à 1 606,0 M€ en progression de 15,5%. Cette évolution repose pour une large partie sur l'apport des titres TPS à Canal+ France : à une quote-part des actifs de TPS (201,8 M€ d'actifs en cours de cession en 2005) s'est substitué 5,1% de Canal+ France, assorti d'une option de vente de cette participation, pour un montant total de 324 M€.

Les autres variations des postes du bilan sont liées à la croissance interne des activités du Groupe et, dans une moindre mesure, aux acquisitions réalisées en 2006 : actif courant (hors trésorerie) et passif courant (hors dettes et provisions) progressent ainsi, respectivement, de +101,5 M€ et de +66,0 M€.

La trésorerie nette d'endettement s'apprécie comme la somme des disponibilités, quasi-disponibilités, actifs financiers courants et non courants (prêts et placements) nets des dettes financières courantes et non courantes et du crédit-bail. Elle s'élève à +197,7 M€ au 31 décembre 2006 au titre des activités poursuivies. Elle s'établissait à +242,8 M€ au 31 décembre 2005. La variation de -45,1 M€ s'analyse au regard de la variation globale de trésorerie (+7,6 M€) et de la dette auprès de Vivendi (-52,5 M€ y compris intérêts capitalisés) constatée en contrepartie de l'avance reçue le 6 janvier 2006 dans le cadre de l'opération d'apport de TPS à Canal+ France.

3.2. TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE

Le tableau de financement est établi pour 2005 et 2006 de telle sorte que seuls les flux de trésorerie liés aux activités poursuivies sont détaillés, les flux de trésorerie liés aux activités cédées ou en cours de cession étant agrégés sur une seule ligne.

FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

La capacité d'autofinancement d'exploitation avant impôt atteint +316,0 M€ contre +305,3 M€ en 2005, soit +3,5% d'augmentation malgré un résultat opérationnel en retrait (-14,1 M€). Le résultat opérationnel de l'exercice clos est en effet moins porté par les plus-values de cession que le résultat opérationnel 2005 dans lequel +26,2 M€ de plus-values avaient été enregistrées (contre -0,9 M€ en 2006), dont celles constatées dans le cadre de la cession de RTL Shop (+13,0 M€) et de ventes de joueurs du Football Club des Girondins de Bordeaux (+8,0 M€).

La variation du BFR d'exploitation s'établit à -46,5 M€, un emploi supérieur à celui de 2005 qui s'élevait à -35,6 M€.

Une telle évolution s'explique par :

- la **variation des stocks** : -40,3 M€ contre -23,2 M€ en 2005 ; la croissance des stocks de droits de diffusion s'analyse en lien avec la politique de renforcement des grilles de la chaîne et des chaînes numériques et un contexte de renchérissement du coût des programmes compte tenu de la compétition accrue sur les marchés nationaux quant à l'approvisionnement en stocks de programmes.

La variation des autres stocks s'explique par le développement de l'activité de vente à distance, tout particulièrement Mistergooddeal, d'autant que la saisonnalité de son chiffre d'affaires la conduit à renforcer les stocks de fin d'année ;

- la **variation des créances d'exploitation** : -67,1 M€ contre -53,6 M€. L'évolution repose essentiellement sur la progression du chiffre d'affaires du Groupe de 18,8% dans l'exercice. Elle s'en trouve accentuée au 31 décembre 2006 par le niveau de facturation publicitaire des mois de novembre et décembre 2006, qui ont été à l'image du 4^e trimestre 2006, des mois de forte croissance du chiffre d'affaires. Ont également contribué à une telle évolution la croissance du chiffre d'affaires de Mistergooddeal assortie de la mise en place d'un mode de règlement « 3 ou 10 fois sans frais » ainsi que l'augmentation des avances et acomptes versés dans le cadre de l'acquisition de droits audiovisuels ;

- la variation des dettes d'exploitation : 61,0 M€ contre 41,2 M€ en forte progression, en lien avec les achats de programmes des chaînes et la croissance des diversifications.

Compte tenu de la quasi-stabilité des décaissements liés à l'impôt sur les sociétés, et de la neutralisation de l'impact lié à la croissance de la capacité d'autofinancement par l'augmentation du besoin en fonds de roulement, **le flux de trésorerie provenant de l'exploitation des activités poursuivies est stable (+0,5%) à +195,3 M€ en 2006 contre +194,3 M€ en 2005.**

FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT

Les flux de trésorerie liés aux investissements s'établissent à -44,5 M€ en 2006 contre -108,5 M€ en 2005.

Cette diminution résulte des évolutions suivantes :

Les acquisitions d'immobilisations incorporelles sont en nette diminution, l'année 2005 ayant en effet été marquée par des acquisitions significatives chez SND et la production de *Astérix et les Vikings* chez M6 Studio. L'impact de ces variations s'élève à environ -23 M€.

En termes de présentation des comptes, la neutralisation de la production immobilisée liée aux émissions de flux produites au sein du Groupe contre l'amortissement de l'actif immobilisé correspondant, à compter de 2006 et dans les comptes consolidés uniquement a également conduit à diminuer le niveau d'acquisitions d'immobilisations incorporelles (production immobilisée) pour environ -19 M€ et du même montant le niveau d'amortissements. Les décaissements résultant de la production en propre d'émissions sont donc pris en compte dans les flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles.

La trésorerie nette résultant des acquisitions de filiales est négative pour -10,7 M€ et se rapporte aux acquisitions de Femmes en Ville et de Mandarin Films. L'année 2005 avait été quant à elle marquée par les acquisitions de Mistergooddeal et SNC qui s'étaient traduites par un décaissement net de -40,9 M€.

La trésorerie nette résultant des cessions de filiales est stable et provient de la cession de RTL Shop pour 10 M€ en 2005 avec paiement d'une dernière échéance de 5 M€ en mars 2006.

La trésorerie nette résultant des cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles est en retrait (-5,9 M€) compte tenu d'une moindre activité du FC Girondins de Bordeaux sur le marché des joueurs en tant que vendeur.

FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

Les flux de trésorerie provenant des activités de financement se traduisent par des décaissements à hauteur de -122,7 M€ en 2006 contre -96,8 M€ en 2005.

La variation est essentiellement liée à la croissance des dividendes versés qui sont établis en 2006 au titre de 2005 à 125 M€, en hausse de +15,0 M€ et à une diminution (-6,1 M€) des produits de cession d'actions propres dans le cadre de l'exercice de stock-options.

FLUX DE TRÉSORERIE LIÉS AUX ACTIVITÉS EN COURS DE CESSION

Les flux de trésorerie liés aux activités en cours de cession traduisent un décaissement de -20,6 M€ alors que le flux 2005 correspondait à une ressource de +42,6 M€.

En 2005, TPS avait en effet remboursé le financement court et moyen terme que lui avait accordé le Groupe M6 pour +44,2 M€ tandis que la classification de TPS comme activité en cours de cession conduisait à ne plus retenir la trésorerie de TPS comme trésorerie du Groupe pour un impact de -1,6 M€.

En 2006, l'emploi de -20,6 M€ se rapporte essentiellement à l'avance de +51,0 M€ reçue de Vivendi le 6 janvier 2006 dans le cadre de l'opération de rapprochement de TPS avec Canal+ France et à la recapitalisation de TPS le 30 novembre 2006, préalablement aux opérations d'apport à Canal+ France, pour -66,6 M€. Les autres décaissements se rapportent aux charges encourues par le Groupe dans le cadre de la cession.

L'avance de Vivendi lui a été retournée, intérêts inclus, le 4 janvier 2007 à la date de réalisation de l'apport de TPS à Canal+ France.

TRÉSORERIE

La variation globale de trésorerie s'établit ainsi à +7,6 M€ portant la trésorerie (et équivalents de trésorerie) à 250,7 M€ au 31 décembre 2006.

Cette position de trésorerie inclut 52,5 M€ de trésorerie liée à l'avance Vivendi, y compris intérêts capitalisés. Une dette de ce montant a été constatée dans les comptes du Groupe au 31 décembre 2006 de façon à tenir compte de la restitution en 2007 de cette avance.

4. POLITIQUE DE GESTION DE TRÉSORERIE

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

- Ne pas détenir plus de 5% de l'actif d'un fonds (ratio d'emprise) ;
- Ne pas investir plus de 20% sur une même contrepartie ;
- Limiter le risque crédit en exigeant un investissement minimal obligatoire en titres cotés « investment grade » à l'intérieur de chaque fonds.

Les rendements de ces produits sont mesurés régulièrement, en vue d'optimiser les performances de la trésorerie et de procéder aux arbitrages de gestion courante.

Le Groupe effectue la gestion de sa trésorerie avec pour objectif de pouvoir mobiliser rapidement les disponibilités placées à court terme, en limitant au maximum la prise de risque en capital.

5. POLITIQUE D'INVESTISSEMENTS

La politique d'investissements du Groupe doit être analysée à plusieurs niveaux, indépendamment de la classification ultime en comptabilité entre actifs immobilisés et consommations.

- Dans le cadre de ses engagements conventionnels et / ou de ses obligations réglementaires, Métropole Télévision investit en production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques, pour un montant en 2006 de 21,4% de son chiffre d'affaires publicitaire net de taxes et contributions de l'année précédente. Ces investissements se sont élevés à 117,2 M€ en 2006.
- Dans le cadre des achats de droits audiovisuels à des fins de commercialisation (distribution salle, video et ventes TV), qui sont comptabilisés en immobilisations incorporelles.
- Dans le cadre des achats de droits de diffusion, qui sont comptabilisés dans les stocks et qui correspondent aux investissements réalisés par le Groupe dans sa grille de programmes.
- Dans le cadre de prises de participation ou d'acquisitions de sociétés visant à compléter les activités du Groupe. Ces investis-

sements ont notamment concerné en 2006 les activités :

- de droits audiovisuels, avec l'acquisition de Mandarin Films ;
- d'édition, avec la prise de participation dans la société Femmes en Ville SAS.

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

Sur le plan des technologies et des immobilisations corporelles, le Groupe est actif dans la mise en œuvre de nouvelles technologies, et a notamment engagé un plan de numérisation pluriannuel de la rédaction, de la régie et des contenus diffusés à l'antenne. Chaque année le Groupe renouvelle une fraction de ses équipements bureautiques et informatiques et procède aux investissements nécessaires au maintien de la valeur de son patrimoine immobilier. Des développements en matière de HD (Haute Définition) et de VOD) ont également été poursuivis en 2006.

6. ENGAGEMENTS HORS BILAN

Au 31 décembre 2006, les engagements donnés par le groupe s'élèvent à 909,9 M€ contre 709,1 M€ au 31 décembre 2005, exprimés hors engagements liés à TPS.

Cette progression des engagements donnés de +200,8 M€ s'explique principalement par :

- L'augmentation des engagements d'achats de droits et engagements de coproductions nets des avances versées pour +122,5 M€ consécutivement au renouvellement au cours du 1^{er} semestre de contrats d'approvisionnement en droits audiovisuels auprès de sociétés de production aux États-Unis ; les engagements d'achats de droits et engagements de coproductions nets des avances versées s'élèvent à 729,6 M€ au 31 décembre 2006, essentiellement (89%) portés par la chaîne M6 ;
- L'augmentation des engagements en lien avec les contrats de transport et de diffusion des chaînes pour +33,2 M€ ; cette variation est essentiellement liée à l'extension de deux ans des contrats de diffusion TNT et à la révision à la hausse de leur coût compte tenu de la montée en charge rapide de la couverture hertzienne numérique (pour un montant cumulé de l'ordre de 31,0 M€) ; elle inclut également à hauteur de 10,2 M€ les coûts de transport de chaînes reprises sur CanalSat dans le cadre des accords de chaînes avec Canal+ France ; le montant total des engagements en lien avec les contrats de transport et de diffusion des chaînes s'établit à 115,2 M€ au 31 décembre 2006 ;

7. ÉVÉNEMENTS SIGNIFICATIFS SURVENUS DEPUIS LE 1^{er} JANVIER 2007

- Le 4 janvier 2007, les Groupes Vivendi, TF1 et M6 ont finalisé l'accord de rapprochement dans la télévision payante des groupes TPS et Canal+, annoncé en décembre 2005. Aux termes de cet accord, le Groupe M6 est désormais actionnaire à hauteur de 5,1% de la nouvelle entité Canal+ France, contre l'apport de sa participation de 34% détenue dans TPS. La finalisation de cet accord a donné lieu au remboursement de l'avance de 51 M€, augmentée des intérêts, faite lors de la signature de l'accord par Vivendi en faveur de M6.

• L'engagement pris par le Groupe de procéder à l'acquisition d'un immeuble à Neuilly-sur-Seine, acquisition signée le 13 février 2007 qui a donné lieu au versement d'un acompte de 1,9 M€ en décembre 2006, le solde constituant un engagement estimé à 37,5 M€.

Au 31 décembre 2006, les engagements reçus par le groupe s'élèvent à 189,4 M€ contre 66,4 M€ au 31 décembre 2005, exprimés hors engagements liés à TPS.

La variation est essentiellement constituée des engagements reçus de Canal+ France au titre de la distribution des chaînes du Groupe. En cumulé, les engagements reçus des différents distributeurs dans le cadre de contrats pluriannuels (Canal+ France, câblo-opérateurs, FAI,...) s'élèvent à 142,1 M€.

Consécutivement à la reconnaissance dans les comptes consolidés du Groupe de l'apport de TPS à Canal+ France, le Groupe ne reconnaît dans ses engagements hors bilan aucun engagement donné ou reçu par TPS ou par le Groupe en lien avec TPS.

Au 31 décembre 2005, les engagements donnés par TPS ou reçus par le Groupe en lien avec TPS (comme ceux liés à la responsabilité sur le passif de TPS) s'établissaient à 628,5 M€ (quote-part M6). Les engagements reçus par TPS ou donnés par le Groupe en lien avec TPS s'élevaient quant à eux à 390,9 M€ (quote-part M6).

- Le 15 janvier 2007, le Groupe M6 a finalisé le protocole d'acquisition des 49% de Téva détenus par la Compagnie pour la Télévision Féminine, conformément à l'annonce faite en date du 7 décembre 2006.

- Le 13 février 2007, le Groupe M6 a procédé à l'acquisition d'un immeuble de 4 000 m², situé à Neuilly sur Seine. Le montant de cet engagement est détaillé dans le paragraphe 6 « Engagements hors bilan ». Cet investissement est porté par la société Immobilière 46D, créée à cet effet.

À la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} janvier 2007 susceptible d'avoir eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat l'activité et le patrimoine de la société et du groupe.

8. PERSPECTIVES 2007

Le Groupe M6 va poursuivre en 2007 sa stratégie de croissance dans l'ensemble de ses activités.

Dans la continuité des exercices précédents, les contenus seront au cœur du développement, en vue de conforter la position de la famille de chaînes, dans un environnement de marché en pleine mutation.

■ TÉLÉVISION GRATUITE

À cet égard, le Groupe M6 a communiqué une estimation de croissance du coût de la grille de la chaîne M6 en 2007, qui progresserait de l'ordre de 2,5% par rapport au coût de grille de 302,5 M€ constaté en 2006. Cet investissement dans les programmes s'inscrit dans un exercice 2007 où le Groupe a estimé les recettes publicitaires supplémentaires nettes, générées par la seule arrivée des annonceurs du secteur de la distribution, à 30 M€ pour la chaîne M6.

■ TÉLÉVISION NUMÉRIQUE

Dans ce contexte concurrentiel et technologique marqué par de fortes et rapides évolutions, les lignes éditoriales des chaînes numériques seront renforcées pour consolider la complémentarité et la puissance de la famille de chaînes du Groupe.

La pénétration de la télévision numérique, avec le succès des modes de distribution que sont la TNT et l'ADSL, va donner aux chaînes numériques du Groupe accès à un parc d'initialisés élargi. Paris Première et W9, respectivement présentes notamment en

TNT payante et en TNT gratuite, devraient bénéficier de ces perspectives prometteuses. Les autres chaînes numériques du Groupe, notamment TF6 et Série Club, bénéficieront de l'accord de rapprochement de TPS et de Groupe Canal en télévision payante et seront reprises sur CanalSat début 2007.

■ DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS

Les relais de croissance mis en place en 2005 vont poursuivre leur contribution au dynamisme des activités de diversifications, qu'il s'agisse du Pôle Vente à distance avec l'acquisition de mistergooddeal.com ou de l'accord M6 mobile by Orange. Les activités interactives, et la présence du Groupe sur Internet resteront un des axes forts de la stratégie, aux côtés de l'activité de droits audiovisuels, dont la montée en puissance, entamée au cours des dernières années, sera accentuée en vue de participer au renforcement de l'accès aux contenus du Groupe.

Par ailleurs, confiant dans ses perspectives à moyen terme, et considérant disposer des moyens financiers nécessaires pour poursuivre sa stratégie de croissance et d'investissement, le Groupe a annoncé le 5 mars 2007 avoir décidé d'activer un programme de rachat d'actions sur trois ans, portant sur 10% au maximum du nombre total d'actions en circulation, en vue de leur annulation, conformément aux autorisations données par l'Assemblée Générale Mixte du 24 avril 2006. Le Groupe, soucieux de poursuivre sa stratégie de croissance rentable, se réserve cependant la faculté de privilégier un investissement significatif au cours de la période.

9. INTÉGRATION FISCALE

La société Métropole Télévision est la mère d'un groupe fiscalement intégré au sens des dispositions de l'article 223A du Code Général des Impôts. Métropole Télévision se constitue seule redevable de l'impôt sur les résultats dû par ses filiales en vue de la détermination du résultat d'ensemble du Groupe, conformément aux dispositions de l'article 223A du Code Général des Impôts.

La société Mandarin Films, acquise en 2006, a opté pour son intégration dans le périmètre fiscal du Groupe à compter du 1^{er} janvier 2007.

Les sociétés détenues à moins de 95% ne peuvent en revanche opter pour leur intégration dans le périmètre fiscal du Groupe.

10. CHANGEMENT DE MÉTHODE COMPTABLE

L'application de nouvelles normes IFRS en 2006 n'a pas eu d'impact sur les états financiers consolidés du Groupe. Les notes annexes ont pu, dans certains cas, être enrichies ou complétées en conformité avec ces normes.

De la même façon, aucune norme n'a eu d'incidence sur les comptes de la société mère, Métropole Télévision (M6).

11. RESPECT DES OBLIGATIONS LÉGALES ET DE LA CONVENTION

En 2006, selon ses calculs et sous réserve d'une validation par le CSA, M6 a respecté l'ensemble de ses engagements conventionnels et de ses obligations réglementaires.

Les quotas de diffusion de 40% d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française et de 60% d'œuvres européennes ont été respectés, à la fois sur l'ensemble de la journée et sur la plage d'heures d'écoute significative, de 17 h 00 à 23 h 00 et de 14 h 00 à 23 h 00 le mercredi. Le quota de diffusion de 100 heures d'œuvres audiovisuelles inédites d'expression originale française ou d'œuvres européennes, proposées en clair et dont la diffusion démarre entre 20 h et 21 h, a été respecté.

Pour les œuvres cinématographiques, les quotas de diffusion de 192 films au maximum dans l'année et de 144 films aux heures de grande écoute ont été respectés, tout comme la proportion de 40% d'œuvres cinématographiques d'expression originale française et de 60% d'œuvres européennes. Enfin, les obligations en matière de diffusion musicale, de dessins animés et de programmes sous-titrés à destination des personnes sourdes et malentendantes ont été respectées.

Au total le Groupe M6 a engagé 117,2 M€ **dans la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques**, représentant 21,4% de son chiffre d'affaires publicitaire net de taxes et contributions de l'année précédente, pour une obligation de 21,2% (18% pour les œuvres audiovisuelles et 3,2% pour les œuvres cinématographiques).

Les engagements d'investissements en production audiovisuelle contractés en 2006 par Métropole TV s'élèvent au total à 99,7 M€. Ils se répartissent à hauteur de 89,1 M€ pour les œuvres d'expression originale française et 10,6 M€ pour les autres œuvres audiovisuelles.

Il s'y ajoute 17,5 M€ d'investissements engagés par M6 Films dans la production de 12 œuvres cinématographiques françaises ou européennes.

Le CSA communiquera sur le bilan 2006 du respect des obligations conventionnelles et réglementaires de M6 au cours du 2^d semestre 2007.

12. CAPITAL

12.1. COTATION

Depuis son introduction au 2^d Marché de la Bourse de Paris au cours de 3,96 € (26 FRF) le 28 septembre 1994 (en tenant compte de la division du nominal par 10 intervenue le 15 juin 2000), le cours de l'action a connu une progression très importante.

En 2006 le cours a évolué de 23,43 € le 2 janvier à l'ouverture de la bourse à 27,06 € à la clôture de la bourse le 29 décembre, avec un plus bas de 22,29 € en séance le 14 juin et un plus haut de 27,52 € en séance le 7 décembre.

Sur l'année 2006, le titre s'inscrit en hausse de 15,64% (évolution calculée sur la base du dernier cours coté de l'année 2005) soit une performance nettement supérieure à celle de l'indice de référence DJ EURO STOXX Media. L'année a été marquée par la bonne performance des valeurs médias françaises, en particulier des télévisions commerciales ; les autres valeurs médias européennes ont

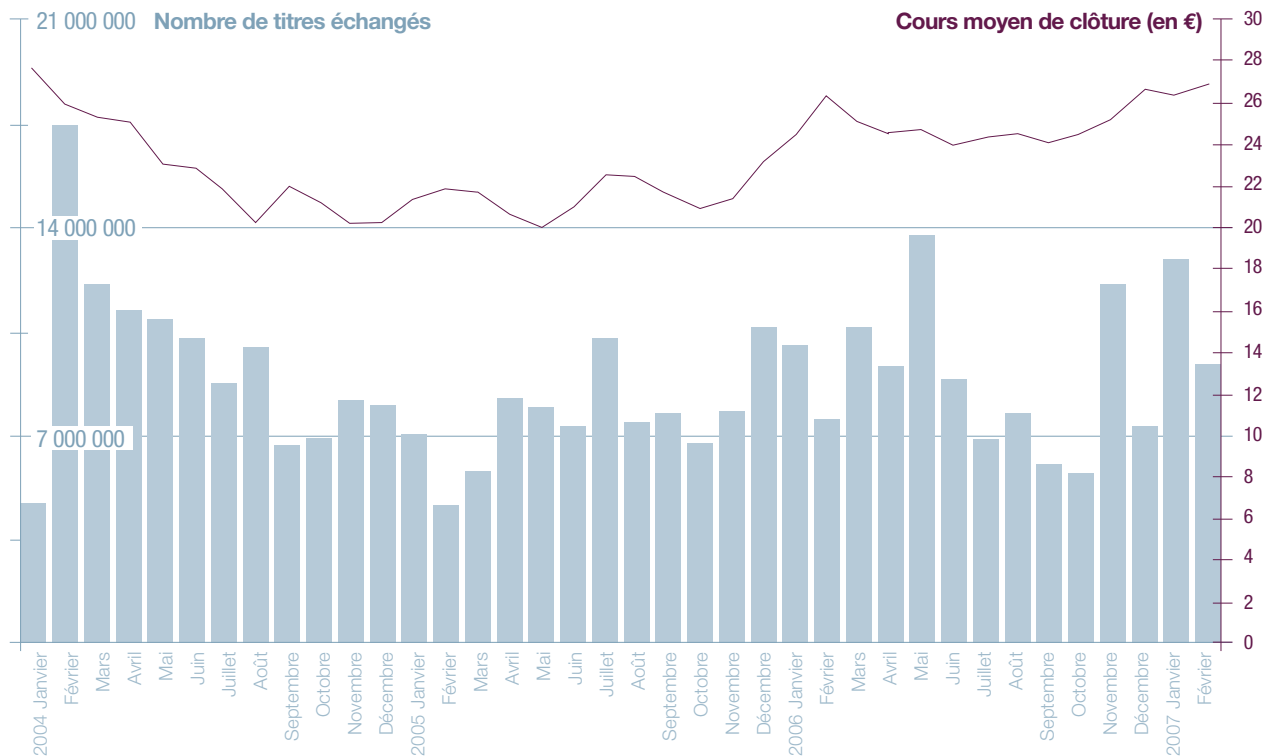
affiché des performances contrastées, reflet de situations concurrentielles et de marché différenciées.

Au 31 décembre 2006 la capitalisation boursière s'établit à 3 568,9 M€.

Au cours de l'année 2006, les échanges moyens quotidiens se sont élevés à 414 200 titres contre 355 751 titres en 2005.

Depuis la réforme de la cote d'Euronext Paris, effective depuis le 21 février 2005, le titre Métropole Télévision appartient au compartiment A de l'Eurolist (sociétés dont la capitalisation boursière moyenne est supérieure à 1 milliard d'euros). Il est par ailleurs une des composantes des indices CAC MID100 et CAC Mid&Small190, et n'appartient plus au CAC IT20 depuis la dernière révision de cet indice.

12.2. ÉVOLUTION DU COURS DE BOURSE ET DES VOLUMES ÉCHANGÉS



Date	Nombre de titres échangés	Cours moyen de clôture (en €)	Plus haut mensuel (€)	Plus bas mensuel (€)	Capitaux échangés (en M€)
2004					
Janvier	4 702 017	27,48	29,30	26,00	130,71
Février	20 092 974	25,92	28,45	24,45	526,56
Mars	12 044 250	25,22	28,30	23,22	308,94
Avril	11 187 213	25,04	26,12	23,83	278,67
Mai	10 871 677	22,98	24,44	21,60	251,47
Juin	10 217 074	22,74	23,74	21,84	231,48
Juillet	8 713 417	21,76	23,80	20,60	187,95
Août	9 982 569	20,24	21,18	19,14	200,24
Septembre	6 613 623	21,91	23,00	20,46	144,60
Octobre	6 873 562	21,12	22,47	20,07	144,87
Novembre	8 137 349	20,12	21,31	19,47	163,46
Décembre	7 978 258	20,22	21,00	18,94	160,29
2005					
Janvier	7 017 033	21,37	22,00	20,20	149,50
Février	4 613 010	21,88	22,62	21,18	101,16
Mars	5 793 573	21,64	22,50	20,90	125,30
Avril	8 235 525	20,63	21,69	19,56	168,63
Mai	7 957 168	19,89	20,59	19,12	158,74
Juin	7 310 855	20,95	21,68	19,96	152,99
Juillet	10 279 858	22,49	23,05	21,11	230,08
Août	7 439 025	22,48	23,20	21,71	167,52
Septembre	7 712 411	21,42	22,15	20,90	166,00
Octobre	6 690 850	20,86	21,53	20,06	139,67
Novembre	7 770 319	21,36	22,30	20,62	165,75
Décembre	10 608 354	23,17	25,07	21,57	247,36
2006					
Janvier	10 048 792	24,43	25,93	23,35	246,18
Février	7 528 877	26,25	27,14	25,12	197,09
Mars	10 589 672	25,02	25,60	24,21	264,50
Avril	9 303 744	24,43	25,74	23,21	226,96
Mai	13 695 431	24,60	26,40	23,15	336,39
Juin	8 873 899	23,94	25,40	22,29	211,86
Juillet	6 854 558	24,36	25,20	23,20	166,81
Août	7 691 345	24,44	25,87	23,31	187,93
Septembre	5 980 897	24,07	24,80	23,40	143,82
Octobre	5 732 695	24,47	24,90	23,91	140,11
Novembre	12 030 676	25,21	26,47	23,80	302,49
Décembre	7 290 447	26,64	27,52	25,37	194,35
2007					
Janvier	12 857 899	26,40	27,37	25,25	338,80
Février	9 370 686	26,83	27,35	25,31	250,34

12.3. RACHAT PAR LA SOCIÉTÉ DE SES PROPRES ACTIONS

L'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005, aux termes de sa 9^e résolution, a décidé d'affecter l'autocontrôle existant au 31 décembre 2004, conformément aux prescriptions du règlement européen n° 2273/2003 du 22 décembre 2003 entré en vigueur le 13 octobre 2004, aux objectifs suivants :

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

Durant l'exercice écoulé, la société a utilisé successivement les deux autorisations d'achat des ses propres actions qui lui avait été accordées par les Assemblées Générales du 28 avril 2005 et du 24 avril 2006.

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

Au 31 décembre 2005, le nombre de titres détenus par le contrat de liquidité s'élevait à 28 000 actions, avec un solde en espèces de 2 467 238,10 €.

Au cours de l'exercice 2006, le nombre d'actions achetées par le contrat s'est élevé à 445 491 au cours moyen de 24,57 €, et le nombre d'actions vendues de 453 491 titres au cours moyen de 24,97 €, soit un solde au 31 décembre 2006 de 20 000 actions et de 2 896 015,80 € en espèces.

Au cours de l'exercice 2006, 209 000 actions ont été cédées aux bénéficiaires du plan d'options d'achat datant de 1999, pour un montant de 3,92 M€.

■ BILAN DU PRÉCÉDENT PROGRAMME DE RACHAT

L'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005 avait autorisé la société à mettre en œuvre un programme de rachat d'actions. Ce programme de rachat d'actions a obtenu le visa de l'AMF le 8 avril 2005, sous le numéro 05-0241. Il est resté en vigueur jusqu'au 24 avril 2006, date de l'Assemblée Générale mixte qui a autorisé le nouveau programme de rachat actuellement en vigueur.

Entre l'Assemblée Générale du 28 avril 2005 et le 24 avril 2006, la société a utilisé l'autorisation d'achat de ses propres actions dans le cadre du contrat de liquidité, selon les modalités suivantes :

Contrat de liquidité

Nombre de titres détenus par le contrat de liquidité au 28 avril 2005	96 878
--	---------------

Nombre de titres achetés par le contrat de liquidité du 29 avril 2005 au 24 avril 2006	681 118
---	----------------

Nombre de titres vendus par le contrat de liquidité du 29 avril 2005 au 24 avril 2006	722 996
--	----------------

Nombre de titres détenus par le contrat de liquidité au 24 avril 2006	55 000
--	---------------

Les achats de titres au travers du contrat de liquidité se sont effectués au prix moyen de 22,31 €, et de 22,65 € pour les ventes de titres.

Durant cette période, 566 000 titres ont été cédés aux bénéficiaires des plans de stock-options, dont 357 000 en 2005 et 209 000 en 2006.

Au total, 681 118 titres ont été acquis, et 1 288 996 titres cédés au cours de ce programme de rachat d'actions.

Au 24 avril 2006, date de la mise en œuvre du nouveau programme de rachat d'actions, la société auto-détenait 381 002 de ses titres, représentant 0,29% du capital.

PROGRAMME DE RACHAT D' ACTIONS EN COURS DE VALIDITÉ

L'Assemblée Générale Mixte du 24 avril 2006, aux termes de sa 7^e résolution, a décidé d'autoriser un programme de rachat d'actions de la société d'une durée de dix-huit mois, permettant au Directoire de procéder à des rachats d'actions de la société à hauteur de 10% du capital en vue, par ordre de priorité décroissante :

- d'attribuer ses actions lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières tels que conversion, exercice, remboursement ou échange, dans le cadre de la réglementation boursière, et également aux salariés et dirigeants de la société et de son groupe, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions, ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise, ou de toute autre modalité prévue par la législation en vigueur ;
- d'animer le marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par un prestataire de services d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers ;
- d'utiliser tout ou partie des actions acquises pour conservation

et remise ultérieure à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe ;

- de les annuler, sous réserve de l'adoption de la 9^e résolution par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires.

Le prix maximum d'achat a été fixé à 40 € par action. Le montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat était limité au montant des réserves libres : 507 786 907 €.

Ce programme est détaillé dans le document de référence enregistré par l'AMF en date du 5 avril 2006.

Durant l'exercice écoulé, la société a utilisé l'autorisation d'achat des ses propres actions qui lui avait été accordée par l'Assemblée Générale Mixte du 24 avril 2006.

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

Tableau de déclaration synthétique de l'émetteur des opérations réalisées sur ses propres titres du 24 avril 2006 au 28 février 2007

Pourcentage de capital autodétenu de manière directe et indirecte :	0,24%
Nombre d'actions annulées au cours des 24 derniers mois :	Néant
Nombre de titres détenus en portefeuille :	315 502 actions
Valeur comptable du portefeuille au 28 février 2007 :	5 377 770 €
Valeur de marché du portefeuille au 28 février 2007 :	8 464 917 €

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

	Flux bruts cumulés		Positions ouvertes à ce jour	
	Achats	Ventes/transferts	Positions ouvertes à l'achat	Positions ouvertes à la vente
Nombre de titres	387 226	452 726 (*)	Néant	Néant
Échéance maximale	-	-	Néant	Néant
Cours moyen de la transaction (en €)	24,86	25,25 ou 24,96 (**)	Néant	Néant
Prix d'exercice moyen (en €)	-	18,76	Néant	Néant
Montants (en €)	9 626 438	11 431 331	Néant	Néant

(*) dont 71 000 titres correspondant à l'exercice d'options d'achat d'actions

(**) ce cours moyen intègre les prix des levées des options d'achat d'actions par les bénéficiaires

**■ DESCRIPTIF DU NOUVEAU PROGRAMME
DE RACHAT D' ACTIONS**

Il est proposé à l'Assemblée Générale Mixte du 2 mai 2007 d'autoriser un programme de rachat d'actions de la société dont les conditions seraient les suivantes :

- Titres concernés : actions ordinaires Métropole Télévision cotées sur l'Eurolist d'Euronext Paris, compartiment A, code ISIN FR0000053225
- Prix maximum d'achat : 37 €
- Détention maximum : 9,76% du capital, soit 12 873 367 actions, compte tenu des actions autodétenues au 28 février 2007, et dans la limite légale de 10%
- Durée maximale : 18 mois à compter de la date de l'Assemblée Générale

- Les acquisitions pourront être effectuées en vue de :

- assurer l'animation du marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par l'intermédiaire d'un prestataire de service d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie de l'AFEI admise par l'AMF ;

- conserver les actions achetées et les remettre ultérieurement à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe, étant précisé que les actions acquises à cet effet ne peuvent excéder 5% du capital de la société ;

- assurer la couverture de plans d'options d'achat d'actions et autres formes d'allocation d'actions à des salariés et/ou des mandataires sociaux du groupe dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment au titre de la participation aux résultats de l'entreprise, au titre d'un plan d'épargne d'entreprise ou par attribution gratuite d'actions ;

- assurer la couverture de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la société dans le cadre de la réglementation en vigueur ;

- procéder à l'annulation éventuelle des actions acquises, sous réserve de l'autorisation à conférer par la présente assemblée générale des actionnaires dans sa 11^e résolution à caractère extraordinaire.

Au 28 février 2007, la société détient 315 502 actions propres représentant 0,24% du capital et réparties comme suit :

État de l'autodétention au 28 février 2007 affectée aux différents objectifs			Total autodétention au 28 février 2007
Attribution d'actions gratuites	Attribution d'option d'achat d'actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité	315 502 actions
130 502 actions	20 000 actions	165 000 actions Dont 60 500 actions effectivement détenues dans le contrat	

12.4. AUTO-DÉTENTION

Au 31 décembre 2006, M6 détient au total 275 002 actions (représentant 0,21% du capital), inscrites au passif du bilan consolidé de Métropole Télévision en déduction des capitaux propres pour leur valeur d'acquisition de 11,5 M€. Le nombre d'actions autodétenues comprend les 20 000 actions du contrat de liquidité.

Conformément à l'entrée en vigueur le 13 octobre 2004 du Règlement Européen n° 2273/2003 pris en application de la Directive 2003/6/CE dite « Abus de Marché », il a été proposé à l'Assemblée

Générale Mixte du 28 avril 2005 d'approuver l'affectation des titres acquis avant le 13 octobre 2004 aux différents objectifs prévus dans la Directive : couverture de stock options, contrat de liquidité, attribution d'actions.

Le tableau ci-dessous résume l'affectation des titres auto-détenus au 31 décembre 2004 approuvée par l'Assemblée Générale du 28 avril 2005 et l'état au 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006 des titres autodétenus en fonction des objectifs.

Affectation de l'autodétention au 31 décembre 2004 aux différents objectifs			Total auto-détention au 31 décembre 2004
Attribution d'actions gratuites 130 502 actions	Attribution d'option d'achat d'actions 840 530 actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité 176 515 actions Dont 72 015 actions effectivement détenues dans le contrat	1 147 547 actions
Variation au cours de l'exercice 2005			
Attribution d'actions gratuites -	Attribution d'option d'achat d'actions -611 530 actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité -44 015 actions	-655 545 actions
État de l'autodétention au 31 décembre 2005 affectée aux différents objectifs			Total autodétention au 31 décembre 2005
Attribution d'actions gratuites 130 502 actions	Attribution d'option d'achat d'actions 229 000 actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité 132 500 actions Dont 28 000 actions effectivement détenues dans le contrat	492 002 actions
Variation au cours de l'exercice 2006			
Attribution d'actions gratuites -	Attribution d'option d'achat d'actions -209 000 actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité -8 000 actions	-217 000 actions
État de l'autodétention au 31 décembre 2006 affectée aux différents objectifs			Total auto-détention au 31 décembre 2006
Attribution d'actions gratuites 130 502 actions	Attribution d'option d'achat d'actions 20 000 actions	Animation dans le cadre du contrat de liquidité 124 500 actions Dont 20 000 actions effectivement détenues dans le contrat	275 002 actions

12.5. PLANS D'OPTION D'ACHAT ET DE SOUSCRIPTION D'ACTIONS

12.5.1. INFORMATION SUR LES OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT

Conformément à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2004, une attribution d'options a été décidée par le Directoire en date du 6 juin 2006, après approbation par le Conseil de Surveillance.

Cette attribution de 736 750 options concerne 158 bénéficiaires, dont les mandataires sociaux.

Pour information, le prix d'attribution des options a été fixé sans décote par rapport à la moyenne des cours des 20 séances de bourse précédant la mise en place du plan, soit 24,60 €.

Date d'assemblée	04/06/1999		26/05/2000					28/04/2004			Total
Date du Conseil	04/06/1999	19/01/2000	30/06/2000	07/06/2001	07/06/2002	25/07/2003	14/11/2003	28/04/2004	02/06/2005	06/06/2006	
Type d'option	Achat	Achat	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription	
Nombre total d'actions pouvant être souscrites ou achetées	600 000	175 000	338 100	551 800	710 500	713 500	20 000	861 500	635 500	736 750	5 342 650
- dont les mandataires sociaux	120 000	20 000	86 000	113 000	168 000	130 000	20 000	175 000	90 500	90 500	1 013 000
- dont les 10 premiers attributaires salariés	295 000	155 000	112 400	89 000	139 500	146 000	-	155 000	108 500	112 500	1 312 900
Point de départ d'exercice des options	05/06/2004	19/01/2005	01/07/2004	08/06/2005	08/06/2006	26/07/2007	15/11/2007	29/04/2006	02/06/2007	06/06/2008	
Date d'expiration	04/06/2006	18/01/2007	29/06/2007	06/06/2008	07/06/2009	25/07/2010	14/11/2010	28/04/2011	01/06/2012	05/06/2013	
Prix de souscription ou d'achat (en €)	18,76	44,63	58,58	30,80	28,06	22,48	23,82	24,97	19,94	24,60	
Nombre d'actions souscrites au 15/02/07	500 000	-	-	-	-	-	-	-	-	500 000	
Options de souscription ou d'achat d'actions restantes au 15/02/07	-	17 500	185 300	325 300	481 500	555 500	20 000	679 500	558 000	686 750	3 509 350
Options de souscription ou d'achat d'actions annulées entre le 07/02/06 et le 15/02/07	-	2 500	33 500	52 000	76 000	70 000	0	93 000	77 500	50 000	454 500

12.5.2. OPTIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX

Les mandataires sociaux ont bénéficié du plan d'attribution d'options du 6 juin 2006 dans les conditions suivantes :

	Nombre d'options attribuées / d'actions souscrites ou achetées	Prix (en)	Date d'échéance	Plan autorisé par l'assemblée du 28 avril 2004
				Date d'attribution
Nicolas de Tavernost	27 500	24,60	5 juin 2013	Conseil du 6 juin 2006
Thomas Valentin	18 000	24,60	5 juin 2013	Conseil du 6 juin 2006
Jean d'Arthuys *	15 000	24,60	5 juin 2013	Conseil du 6 juin 2006
Catherine Lenoble	15 000	24,60	5 juin 2013	Conseil du 6 juin 2006
Éric d'Hotelans	15 000	24,60	5 juin 2013	Conseil du 6 juin 2006

* Compte tenu du départ de M. Jean d'Arthuys à la date du 3 décembre 2006, les options correspondantes ne pourront pas être exercées.

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

Option Levées durant l'exercice	Nombre	Prix (en €)	Plan autorisé par l'assemblée du	Date d'attribution
Thomas Valentin	50 000	18,76	4 juin 1999	Conseil du 4 juin 1999
Jean d'Arthuys	20 000	18,76	4 juin 1999	Conseil du 4 juin 1999

■ 12.5.3. OPTIONS DES 10 PREMIERS SALARIÉS (HORS MANDATAIRES SOCIAUX)

Les 10 premiers salariés attributaires d'options au cours de l'exercice ont bénéficié du plan d'attribution d'options du 6 juin 2006 dans les conditions suivantes et certains d'entre eux ont exercé des options antérieurement attribuées.

	Nombre d'options attribuées/ d'actions souscrites ou achetées	Prix (en €)	Date d'attribution
> Options consenties - information globale	112 500	24,60	Conseil du 6 juin 2006
> Options levées - information globale	95 000	18,76	Conseil du 4 juin 1999

■ 12.5.4. OPÉRATIONS SUR TITRES EFFECTUÉES AU COURS DU DERNIER EXERCICE (À COMPTER DU 22 MARS) PAR LES MANDATAIRES, HAUTS RESPONSABLES ET PERSONNES LIÉES

Au cours de l'exercice, la société a été informée par les mandataires et hauts responsables de la réalisation, par eux-mêmes ou les personnes qui leur sont liées, des opérations sur titres suivantes :

Nom et Mandat / Fonction	Nature de l'opération	Date	Nombre	Prix Unitaire	Montant total
Chartiez, Alain Membre du Comité de Direction	Acquisition d'actions	22/03/2006	10 000	18,76 €	187 600 €
d'Arthuys, Jean Membre du Directoire	Acquisition d'actions	10/04/2006	20 000	18,76 €	375 200 €
Desmichelle, Thierry Membre du Comité de Direction	Acquisition d'actions	10/05/2006	5 000	18,76 €	93 800 €
Une personne morale liée à Albert Frère, Membre du Conseil de Surveillance	Acquisition d'actions	04/07/2006	6 594 435	24,70 €	162 882 544 €
Une personne physique liée à Jean d'Arthuys Membre du Directoire	Cession d'actions	01/09/2006	3 333	24,50 €	81 658,50 €
Une personne physique liée à Jean d'Arthuys Membre du Directoire	Cession d'actions	01/09/2006	3 333	24,50 €	81 658,50 €
Une personne physique liée à Jean d'Arthuys Membre du Directoire	Cession d'actions	05/09/2006	3 334	24,50 €	81 683 €

12.6. PLAN D'ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONS

Conformément à l'autorisation donnée par l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005 dans sa résolution n° 11, une attribution gratuite d'actions a été décidée par le Directoire en date du 6 juin 2006, après approbation par le Conseil de Surveillance.

Ce plan d'attribution représente 480 472 actions, attribuées à 57 bénéficiaires sous une condition de présence à l'effectif en juin 2008.

À ce titre et compte tenu des performances réalisées au cours des dernières années et des enjeux de développement du groupe au cours des prochaines années, les membres du Directoire ont bénéficié, après autorisation du Conseil de Surveillance et sur proposition du Comité des Rémunérations, des attributions gratuites d'actions suivantes :

Actions attribuées gratuitement à chaque mandataire social	Nombre d'actions attribuées	Prix au jour d'attribution (en €)	Dates d'échéance	Plan autorisé par l'assemblée du 28/04/2005
				Date d'attribution
Nicolas de Tavernost	198,933	24,63	7 juin 2008	Conseil du 6 juin 2006
Thomas Valentin	86,919	24,63	7 juin 2008	Conseil du 6 juin 2006
Jean d'Arthuys (*)	26,641	24,63	7 juin 2008	Conseil du 6 juin 2006
Catherine Lenoble	43,986	24,63	7 juin 2008	Conseil du 6 juin 2006
Eric d'Hotelans	35,743	24,63	7 juin 2008	Conseil du 6 juin 2006

(*) Compte tenu du départ de M. Jean d'Arthuys en date du 3 décembre 2006, aucune action au titre de cette attribution ne lui sera livrée.

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

Actions attribuées gratuitement aux 10 premiers salariés attributaires	Nombre d'actions attribuées	Prix au jour d'attribution (en €)	Dates d'échéance	Plan autorisé par l'assemblée du 28/04/2005
> Actions attribuées - information globale	34,417	24,63	7 juin 2008	Conseil du 6 juin 2006

Au total, les caractéristiques des attributions gratuites d'actions, autorisées par la résolution n° 11 votée par l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005, sont résumées ci-dessous :

Date d'assemblée Date du Conseil	28/04/2005		Total
	02/06/2005	06/06/2006	
Nombre total d'actions attribuées	128,000	480,472	608,472
- dont les mandataires sociaux	36,200	392,222	428,422
- dont les 10 premiers attributaires salariés	44,600	34,417	79,017
Date d'acquisition définitive	03/06/2007	07/06/2008	
Nombre d'actions livrées au 15/02/07	0	0	0
Nombre d'actions restant attribuables au 15/02/07	104,599	446,498	551,097
Attributions d'actions annulées entre le 07/02/06 et le 15/02/07 suite à des départs	23,401	33,974	57,375

Le nombre d'actions attribuées dans le cadre du plan du 2 juin 2005 a été conditionné à un objectif de rentabilité du Groupe pour 2005 et 2006 qui a été atteint. En conséquence, les données présentées sont établies sur la base du nombre maximal d'actions susceptibles d'être attribuées gratuitement aux personnes qui seront présentes à l'effectif le 3 Juin 2007.

12.7. RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES VERSÉS AUX MANDATAIRES SOCIAUX

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

12.7.1. RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES DU DIRECTOIRE

				Rémunération en euros					
				2005			2006		
				Part fixe (1)	Variable		Part fixe (1)	Variable	
Nom	Société	Titre	Date de début de mandat		Rémunération complémentaire (2) versée en 2006	Prime de performance (2) versée en 2006		Rémunération complémentaire (2) versée en 2007	Prime de performance (2) versée en 2007
Nicolas de TAVERNOST	Métropole Télévision	Président	26/05/2000	759 300	322 500	250 000	759 300	300 100	250 000
Thomas VALENTIN	Métropole Télévision	Vice-Président	26/05/2000	379 160	193 500	150 000	379 160	180 060	150 000
Eric d'HOTELANS	Métropole Télévision	Vice-Président	14/11/2003	277 322	70 950	45 000	277 324	66 022	45 000
Catherine LENOBLE	M6 Publicité		26/01/2001	206 494	70 160	45 000	247 470	60 873	45 000
Jean d'ARTHUYS	Métropole Télévision		26/05/2000	254 060	47 201	58 410	243 141	43 923	58 410

(1) incluant un avantage en nature limité à un véhicule de fonction, pour chaque membre du Directoire

(2) rémunération variable composée de deux éléments :

- une rémunération complémentaire basée sur le niveau d'atteinte de l'objectif de résultat courant consolidé part du groupe avant impôt et éléments exceptionnels, tel que défini par le Conseil de Surveillance. Concernant Catherine Lenoble, cette rémunération est calculée par référence à l'objectif de chiffre d'affaires annuel de M6 Publicité ;

- une prime de performance du Directoire déterminée par le Conseil de Surveillance sur recommandation du Comité des rémunérations et dans la limite d'un montant maximal par personne.

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

12.7.2. INDEMNITÉS DE DÉPART

L'ensemble des membres du Directoire cumule un contrat de travail avec un mandat social, étant précisé que le contrat de travail du Président a été suspendu depuis le 7 juin 1996.

Aucun membre du Directoire ne bénéficie de dispositions prévoyant une indemnité au cas où il serait conduit à quitter ses fonctions de mandataire social.

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

■ **12.7.3. JETONS DE PRÉSENCE DU CONSEIL DE SURVEILLANCE**

Membres du Conseil de Surveillance		Montant des jetons de présence perçus (en €)
Albert Frère	Président	18 000
Gérard Worms	Président du Comité des Rémunérations	12 000
Guy de Panafieu	Président du Comité d'Audit	12 000
Gerhard Zeiler	Membre du Comité des Rémunérations	10 000
Rémy Sautter	Membre du Comité d'Audit	10 000
Bernard Arnault		8 000
Vincent de Dorlodot		8 000
Axel Ganz		8 000
Jean Laurent		8 000
Ignace Van Meenen (1)	Membre du Comité d'Audit	7500
Constantin Lange		6700
Yves-Thibault de Silguy (2)		4000
Thomas Rabe (3)	Membre du Comité d'Audit	1770
Elmar Heggen (4)	Membre du Comité d'Audit	1065

(1) entrée le 7 mars 2006, sortie le 1^{er} octobre 2006 - (2) sortie le 30 juin 2006 - (3) sortie le 7 mars 2006 - (4) entrée le 22 novembre 2006

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

MM. G. Zeiler, R. Sautter, E. Heggen, V. de Dorlodot, C. Lange exercent des fonctions salariées au sein de RTL Group et de ses filiales.

12.8. POLITIQUE DE DIVIDENDES

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

en €	2005	2004	2003	2002	2001	2000
Dividende net	0,950	0,840	0,670	0,570	0,570	0,510
Avoir fiscal	-	-	0,335	0,285	0,285	0,255
Dividende global	0,950	0,840	1,005	0,855	0,855	0,765
Rendement (calculé sur le dernier cours coté de l'année)	4,10%	4,02%	2,57%	2,73%	1,78%	1,28%
Taux de distribution (en % du Résultat Net Part du Groupe)	80%	80%	67%	67%	65%	65%

Au regard de sa situation financière, et de sa génération de trésorerie, le Groupe M6 avait proposé à l'Assemblée Générale du 28 avril 2005, au titre de l'exercice 2004, une augmentation du taux de distribution pour atteindre 80% du résultat net consolidé part du Groupe. Ce taux de distribution a été maintenu au titre de l'exercice 2005. En cinq ans, les actionnaires du Groupe M6 ont ainsi bénéficié d'un dividende en croissance moyenne annuelle de 13,6%.

Au titre de l'exercice 2006, il sera proposé à l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires convoquée le 2 mai 2007 le versement d'un dividende par action de 0,95 € , stable par rapport à 2005, correspondant à un taux de distribution du résultat net des activités poursuivies de 82%.

12.9. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES AU 31 DÉCEMBRE 2006

Au 31 décembre 2006, la société dénombrait 21 666 actionnaires environ, selon le relevé Euroclear.

À cette date, les membres du Directoire détenaient 116 169 actions représentant 0,09% du capital, et les membres du Conseil de Surveillance 1 900 actions.

En date du 5 juillet 2006, le Groupe Suez a déclaré avoir franchi à la baisse le seuil de 5% du capital et des droits de vote de la société Métropole Télévision, et ne plus détenir aucun titre de la société. Ce même jour, le Groupe Compagnie Nationale à Portefeuille, contrôlé par Monsieur Albert Frère, a annoncé, suite à l'acquisition de 6 594 435 titres auprès de Suez, avoir franchi à la hausse le seuil de 5% du capital et des droits de vote de Métropole Télévision.

Aucun autre franchissement de seuil légal n'a été porté à la connaissance de la société au cours de l'année 2006.

Au 31 décembre 2006, compte tenu des déclarations de franchissement de seuil statutaire (seuil fixé à 1%) à la hausse et à la baisse portées à la connaissance de la société, deux actionnaires institutionnels détenaient plus de 2% du capital de la société, et quatre actionnaires institutionnels plus de 1% du capital de la société. À la connaissance de la société, aucun actionnaire de la catégorie « Institutionnels et Public » ne détient donc directement ou indirectement plus de 5% du capital ou des droits de vote.

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

Du fait de son objet social et de l'exploitation par la société d'une licence de diffusion de télévision hertzienne analogique et numérique, un cadre légal et réglementaire spécifique s'applique au-delà des dispositions courantes, tel que détaillé au paragraphe 2.1.2 du chapitre Informations Juridiques du présent document. Ce cadre

légal s'applique notamment aux dispositions en matière d'actionariat et de détention du capital, l'article 39 de la loi n° 86-2067 du 30 septembre 1986 modifiée, ainsi que la loi n° 2001-624 du 18 juillet 2001 précisant qu'aucune personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 49% du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre.

Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) veille au respect des conditions et données ayant motivé l'octroi de l'autorisation d'émettre. La composition du capital social et des organes de direction des titulaires de licence est une des données au sens de l'article 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 au vu de laquelle l'autorisation a été délivrée. Conformément à la jurisprudence du Conseil d'État, le CSA a renoncé à faire application de l'article suscitée en inscrivant dans la convention passée avec M6 des garanties en termes de pluralisme. La convention conclue avec le CSA dispose que la société doit informer le CSA de tout projet de modification substantielle du montant ou de la répartition du capital et des droits de vote, ainsi que de tout franchissement de seuil. Aucune modification substantielle de la répartition du capital, et a fortiori toute modification susceptible d'entraîner un changement de contrôle, ne peut intervenir sans l'agrément préalable du CSA.

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

	au 31 décembre 2006				au 31 décembre 2005				au 31 décembre 2004		
	nombre de titres	% du capital	droits de vote	% droits de vote	nombre de titres	% du capital	droits de vote	% droits de vote	nombre de titres	% du capital	% droits de vote
RTL Group	64 049 571	48,56%	44 748 654	34,00%	64 049 571	48,56%	44 674 874	34,00%	64 625 201	49,00%	34,00%
Suez	-	-	-	-	6 594 435	5,00%	6 594 435	5,02%	6 594 435	5,00%	5,04%
Groupe Compagnie Nationale à Portefeuille	6 594 435	5,00%	6 594 435	5,01%	-	-	-	-	-	-	-
Autodétention	275 002	0,21%	0,00%	0,00%	492 002	0,37%	0,00%	0,00%	1 147 547	0,87%	0,00%
Salariés	119 600	0,09%	119 600	0,09%	115 400	0,09%	115 400	0,09%	120 500	0,09%	0,09%
Institutionnels et Public	60 850 082	46,14%	60 850 082	46,23%	60 637 282	45,98%	60 637 282	46,15%	59 401 007	45,04%	45,43%
<i>dont France</i>	32 108 096	24,34%	32 108 096	24,40%	32 916 149	24,96%	32 916 149	25,05%	28 349 410	21,49%	21,68%
<i>dont autres pays</i>	28 741 986	21,79%	28 741 986	21,84%	27 721 133	21,02%	27 721 133	21,10%	31 051 597	23,54%	23,75%
Total	131 888 690	100,00%	112 312 771	85,34%	131 888 690	100,00%	112 021 991	85,25%	131 888 690	100,00%	84,57%

RAPPORT DE GESTION

INFORMATIONS FINANCIÈRES
INFORMATIONS JURIDIQUES

Conformément au nouveau régime des déclarations de franchissement de seuils, et au titre de l'obligation d'information permanente, le Groupe procède désormais à la publication, à la fin de chaque mois, du nombre total de droits de vote et du nombre d'actions composant le capital (en cas de variation par rapport à la publication précédente). Ce nouveau régime propose que la détermination du nombre total de droits de vote s'effectue « sur la base de l'ensemble des actions auxquelles sont attachés des droits de vote, y compris les actions privées de droit de vote ». La publication effectuée par le Groupe M6 comprend donc un nombre de droits de vote théorique, calculé selon le nouveau régime, et mentionne par ailleurs le nombre de droits de vote réel en prenant en compte la limitation statutaire des 34%.

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

12.10. ACCORDS ENTRE M6 ET SES FILIALES

12.10.1. RELATIONS MÈRE-FILLE

Le cadre des relations mère-fille est présenté au sein du document de référence dans le chapitre Informations Juridiques.

Par ailleurs, les annexes aux comptes consolidés présentent, dans le chapitre Informations Sectorielles (IAS 14), la contribution de chaque secteur d'activité au compte de résultat et au bilan consolidé. Les contributions des principales sociétés du Groupe en matière d'actif immobilisé, d'endettement financier, de trésorerie au bilan, de flux de trésorerie liés à l'activité et de dividendes versés dans l'exercice par les filiales à la société mère cotée sont présentées ci-après avec pour objectif de rappeler le poids respectif de chaque société au sein du Groupe et plus particulièrement la taille relative de la société mère par rapport à ses filiales directes et indirectes.

A l'exception de la dette constituée de l'avance Vivendi dans le cadre de l'opération d'apport de TPS et de compte courants auprès des co-actionnaires des sociétés intégrées proportionnellement, le seul endettement financier dans le Groupe s'élève à 1,8 M€ (dont 0,4 M€ de location-financement) et concerne essentiellement Mistergooddeal (1,0 M€) à des fins de financement d'installations et de matériel liés à l'entrepôt et la logistique.

12.10.2. ACCORDS D'ACTIONNAIRES

Les accords d'actionnaires sont décrits au sein du document de référence dans le chapitre Informations Juridiques

en M€	2006	2005
Actif immobilisé (hors actifs d'impôts différés)	554,7	237,8
M6 Numérique	324,1	-
Mistergooddeal	42,5	39,4
SND	40,9	43,6
Immobilière M6	30,7	32,3
Métropole Télévision	22,1	20,5
Paris Première	16,0	16,1
TCM DA	14,9	17,7
SNC	13,4	14,6
FCGB	11,9	8,5
M6 Studio	4,5	15,8
Autres	33,7	29,3
Trésorerie au bilan	250,7	243,1
Métropole Télévision	202,0	225,8
SND	10,6	0,1
HSS	7,6	4,6
FCGB	5,8	1,7
Mistergooddeal	5,1	5,3
TCM	5,0	0,7
Autres	14,6	5,0
Flux de trésorerie liés aux activités opérationnelles	195,3	194,3
Métropole Télévision	56,0	84,9
M6 Publicité	44,0	40,9
SND	36,0	13,4
M6 Web	29,5	3,7
FCGB	15,9	-6,1
HSS	-0,8	15,5
M6 Interactions	-2,5	19,2
Autres	17,1	22,9
Dividendes versés à Métropole Télévision	44,0	48,0
M6 Publicité	26,7	26,8
M6 Interactions	13,8	20,0
SNC	2,7	-
M6 Web	0,7	0,5
W9 Productions	-	0,7

13. LES FACTEURS DE RISQUES ET LEUR GESTION

13.1. RISQUES LIÉS À L'ACTIVITÉ

■ 13.1.1. RISQUES LIÉS À LA STRUCTURE DU MARCHÉ AUDIOVISUEL ET PUBLICITAIRE

M6 évolue dans un environnement concurrentiel dans lequel 4 chaînes hertziennes se partagent l'essentiel du marché publicitaire TV. En raison du nombre élevé de clients annonceurs et de fournisseurs de programmes et de productions, M6 ne dépend pas particulièrement dans ses ventes ou ses approvisionnements d'un nombre restreint de clients et de fournisseurs.

Le marché publicitaire télévisé s'adresse principalement aux annonceurs de produits et services de grande consommation.

Les modifications réglementaires qui ont pour effet de constituer une contrainte supplémentaire en matière de coûts, ou qui font peser une incertitude sur le niveau de recettes des annonceurs de ce secteur, peuvent avoir une influence sur le niveau de leurs investissements publicitaires en télévision, et donc se traduire par un impact négatif sur les revenus publicitaires du Groupe.

Néanmoins, le marché publicitaire est régulièrement caractérisé par la montée en puissance de nouveaux secteurs, qui constituent des relais d'investissements. Par ailleurs, le nombre important d'annonceurs, le renouvellement constant des marques ainsi que l'environnement concurrentiel fort limitent significativement les risques liés à une éventuelle concentration et à une trop grande exposition sectorielle. Le marché publicitaire est parfaitement transparent, notamment depuis la loi du 1^{er} avril 1993, dite loi « Sapin ». Son évolution est largement corrélée aux évolutions macro-économiques (PIB, consommation des ménages).

Les caractéristiques du marché publicitaire s'appliquent de la même façon aux chaînes numériques du Groupe, qui évoluent néanmoins sur un marché dont la taille est pour l'heure plus limitée. Les chaînes numériques du Groupe bénéficient par ailleurs (hors W9, chaîne gratuite de la TNT), de revenus des câblo-opérateurs et plateformes de distribution.

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

■ 13.1.2. RISQUES CLIENTS

Afin de sécuriser le chiffre d'affaires publicitaire, M6 Publicité vérifie régulièrement la solvabilité de ses annonceurs et systématiquement celle des nouveaux annonceurs.

Les Conditions Générales de Ventes prévoient à ce titre le paiement d'avance des campagnes pour les annonceurs qui ne rempliraient pas les critères de solvabilité requis. Le risque de non-paiement des campagnes sur M6 est inférieur à 0,1% du chiffre d'affaires publicitaire.

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

13.2. RISQUES DE MARCHÉ

■ 13.2.1. RISQUE DE CHANGE

■ ANALYSE DU RISQUE DE CHANGE DES ACTIVITÉS POURSUIVIES

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

■ ANALYSE DE LA SENSIBILITÉ AU RISQUE DE CHANGE

en M€ (1)	USD	Total
Actifs	0,6	0,6
Passifs	(10,7)	(10,7)
Hors bilan	(33,3)	(33,3)
Position avant gestion	(43,4)	(43,4)
Couvertures	20,7	20,7
Position nette après gestion	(22,7)	(22,7)

(1) valorisé au cours de clôture

L'intégralité du bilan est couvert.

Le hors bilan en USD comporte notamment des contrats plurianuels sur plusieurs sociétés du groupe. Le Groupe a choisi de couvrir une fraction de l'exposition totale en fonction de l'échéance, en veillant à couvrir l'intégralité des échéances à moins de deux ans et partiellement les échéances plus lointaines. L'exposition nette en devises, après prise en compte des couvertures pour l'ensemble du Groupe Métropole Télévision est une position acheteuse de dollars de 23 M€, le risque de perte sur la position nette globale en devise du fait d'une évolution défavorable et uniforme de 1 centime d'€ contre le dollar serait de 0,2 M€.

■ 13.2.2. RISQUE DE TAUX

■ ANALYSE DE LA SENSIBILITÉ AU RISQUE DE TAUX DES ACTIVITÉS POURSUIVIES

I. ÉCHÉANCIER DES ACTIFS ET DES DETTES FINANCIÈRES AU 31/12/2006

en M€	< 1 an	de 1 à 5 ans	> 5 ans	Total
Passifs financiers				
à taux variable	2,2	6,5	0,0	8,7
Autres passifs financiers non exposés	0,0	0,0	0,0	0,0
Total dettes financières (1)	2,2	6,5	0,0	8,7
Actifs financiers à				
taux variable	250,7	6,7	0,0	257,3
Autres actifs financiers non exposés	0,0	0,0	0,0	0,0
Total actifs financiers (1)	250,7	6,7	0,0	257,3

(1) Retraités de l'impact de l'opération TPS :

- au passif, d'un montant de 51 M€ donné en dépôt par Vivendi, et placé par M6 jusqu'au dénouement de l'opération le 04/01/2007.
- à l'actif, de la participation dans la nouvelle entité Canal+ France, qui regroupe les activités de TPS et de Canal Plus, valorisée à 324 M€. (cf. Paragraphe 1 « Périmètre »)

II. SENSIBILITÉ DES POSITIONS NETTES À TAUX VARIABLE

en M€	taux variable			Total
	< 1 an	> 1 an	non exposé	
Passifs financiers	(2,2)	(6,5)	0,0	(8,7)
Actifs financiers	250,7	6,7	0,0	257,3
Position nette	248,4	0,2	0,0	248,6

La position à taux variable du Groupe est une position active de 248 M€ correspondant au placement des liquidités excédentaires du Groupe. Cette position est majoritairement composée de SICAV ou FCP monétaires, ou de prêts à taux variables sélectionnés sur des critères précis de risque de crédit, de risque de liquidité et de contrepartie, et dans le respect de la procédure de placement du groupe M6 (décrite en paragraphe 4 « Politique de gestion de trésorerie »).

Les dettes du Groupe M6 au 31 Décembre 2006 se composent de :

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

■ 13.2.3. RISQUE SUR ACTION

Dans les comptes sociaux de Métropole Télévision, la valeur nette de l'autodétention est alignée sur le cours de bourse sauf :

- en ce qui concerne les actions propres détenues en couverture des plans d'option d'achat d'actions, pour lesquelles le prix d'exercice a été retenu, quand celui-ci est inférieur au prix d'acquisition ou de marché ;
- en ce qui concerne les actions propres détenues en couverture des plans d'attribution gratuite, pour lesquelles la valeur nette est ramenée linéairement sur deux ans à une valeur nulle.

La valeur nette des actions propres ainsi exposées au risque action s'établit à 3,9 M€ au 31 décembre 2006 pour 144 500 titres. Une variation de 10% du cours de l'action M6 aurait en conséquence un impact de l'ordre de 0,40 M€ sur la valeur des actions d'autodétention.

■ 13.2.4. RISQUE DE LIQUIDITÉ DES ACTIVITÉS POURSUIVIES

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

13.3. RISQUES JURIDIQUES

■ 13.3.1. RISQUES LIÉS À LA RÉGLEMENTATION

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

L'autorisation de M6 a été reconduite en juillet 1996 puis en juillet 2001 pour 2 périodes successives de 5 ans à compter du 1^{er} mars 1997 et du 1^{er} janvier 2002.

Ces reconductions ont fait l'objet, conformément aux dispositions de la loi du 30 septembre 1986, de négociations avec le CSA.

La Convention du 24 juillet 2001, qui vient à expiration le 28 février 2007, couvrira une période de 5 années supplémentaires puisque M6 bénéficie du droit de priorité prévu par la loi de 1986 modifiée, pour la reprise de son service en numérique terrestre, soit jusqu'au 1^{er} janvier 2012.

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

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

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

La Loi sur l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées, adoptée le 11 février 2005, introduit pour les chaînes dont l'audience atteint ou dépasse 2,5%, l'obligation de sous-titrer l'ensemble de leurs programmes pour les sourds et les malentendants, à l'exception de la publicité, dans un délai de cinq ans. Depuis 2006, la chaîne M6 doit donc progressivement sous-titrer une part croissante de ses programmes, selon une montée en charge lui permettant d'atteindre l'objectif fixé en 2010. Ce point fait actuellement l'objet d'une négociation avec le CSA et viendra bientôt modifier l'article 34 de la convention, qui prévoyait initialement un sous-titrage de 1 000 heures par an à partir de 2006.

Le projet de loi sur « la modernisation de la diffusion audiovisuelle et la télévision du futur », adopté en première lecture par le Sénat le 22 novembre 2006, a été adopté par l'Assemblée Nationale le 22 février 2007. Il organise le basculement complet de la télévision analogique vers la télévision numérique, dont la date d'achèvement prévue est le 30 novembre 2011, et prévoit de favoriser le développement de services innovants que sont la télévision haute définition et la télévision mobile personnelle. Cette loi prévoit également de définir des sous-quotas de production et d'investissement dans les œuvres de patrimoine que sont la fiction, le documentaire de création, l'animation et la captation/recréation de spectacle vivant. Les impacts de cette obligation pour le Groupe ne sont pas pour l'instant quantifiables.

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

À la connaissance de la société, il n'y a pas d'autre nouvelle réglementation adoptée depuis le début de l'exercice 2007 qui pourrait avoir un impact significatif sur le Groupe Métropole Télévision.

■ 13.3.2. RISQUES EN MATIÈRE DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE, DROITS DE LA PRESSE ET DE LA PERSONNALITÉ

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

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

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

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

13.4. RISQUES OPÉRATIONNELS MAJEURS

Pour la chaîne M6 et les chaînes numériques qu'il contrôle, le Groupe met tout en œuvre pour assurer une diffusion permanente de ses programmes.

Tout événement exceptionnel qui entraînerait une non-accessibilité aux différents bâtiments du Groupe Métropole Télévision pourrait avoir un impact sur l'activité, et pour cette raison, le Groupe a encore renforcé les procédures tendant à garantir la « continuité de service » de ses processus clés en les sécurisant sur un site externe protégé.

■ 13.4.1. RISQUES DE DIFFUSION ET DE TRANSPORT DU SIGNAL

Les programmes de M6 sont actuellement diffusés auprès des foyers français :

1 – EN ANALOGIQUE ;

- par les 107 sites d'émission principaux et 856 stations de réémission de TDF, alimenté par le satellite AB3,
- par satellite, à savoir Atlantic Bird 3 pour la diffusion en clair,
- par câble (obligation dite du « *must-carry* analogique » à la charge des câblo-opérateurs),

2 – EN NUMÉRIQUE ;

par les 85 sites d'émission principaux autorisés par le CSA, Hot Bird pour la diffusion sur TPS, ASTRA pour la diffusion sur Canal-sat, et par le câble.

La société TDF assure le transport (alimentation des sites de diffusion avec le signal M6) et la diffusion des programmes M6 (ainsi que l'ensemble des chaînes nationales) de manière conjointe via son réseau hertzien terrestre et satellitaire.

TDF est le seul opérateur national de diffusion du signal analogique hertzien de télévision, et il n'existe pas en l'état d'offres alternatives de substitution de réseau TDF.

Dans le cadre du lancement de la télévision numérique terrestre, le Groupe M6 s'appuie au travers du multiplex R4 sur les 2 opérateurs existants sur le marché français (TDF, Towercast).

M6 se trouve ainsi placée dans une situation de dépendance pour la diffusion de son signal, et ne peut faire appel à d'autres modes de transport en cas de défaillance du réseau TDF.

Les sites de diffusion sont en grande partie sécurisés grâce à la redondance des émetteurs de diffusion.

En revanche, le système d'antennes n'est pas à l'abri d'incidents (antennes, guide d'onde et multiplexeur en fréquences), et l'alimentation en énergie peut échapper à la vigilance de TDF (responsabilité d'EDF).

Le préjudice que pourrait subir M6 en cas d'arrêt d'un émetteur est bien sûr proportionnel au bassin de téléspectateurs desservis par l'émetteur défaillant. C'est pourquoi M6 a négocié des délais très brefs d'intervention des services de TDF en cas de panne.

■ 13.4.2. RISQUES INDUSTRIELS ET ENVIRONNEMENTAUX

Le Groupe Métropole Télévision exerce des activités qui, structurellement, ne présentent pas d'impacts environnementaux significatifs et estime donc ne pas encourir de risques industriels et environnementaux du fait des réglementations existantes.

Cependant, le Groupe Métropole Télévision souhaite assumer ses responsabilités en matière de respect de l'environnement et dans ce but, pratique notamment une politique de recyclage des déchets liés à son activité qui s'applique aux piles, aux cartouches lasers, aux néons, aux cassettes vidéos à travers un Centre d'Aide par le Travail.

La consommation des ressources en eau, matières premières et énergie est suivie et contrôlée par les Services Généraux du Groupe, dans une démarche de réduction des consommations et de mise en place d'équipements visant à améliorer l'efficacité énergétique. Ainsi, le principal site du Groupe a été équipé en 2002 d'une vanne de régulation permettant de diminuer la consommation en gaz de 40% depuis cette date.

Une gestion technique centralisée, permettant la prise en main à distance par les agents des points de consigne de climatisation et de chauffage, a été mise en place, autorisant la régulation à distance de la température des locaux en fonction de critères tels que par exemple le niveau d'occupation des différentes zones.

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

Consommation d'eau en milliers de mètres³

2005 : 24,6 milliers m³

2006 : 25,8 milliers m³

La hausse constatée entre 2005 et 2006 s'explique en particulier par les travaux entrepris durant l'année

Consommation d'énergie électrique (en kWh)

2005 : 7 281 992 kWh

2006 : 7 784 987 kWh

La hausse constatée entre 2005 et 2006 s'explique essentiellement par la mise en place d'équipements supplémentaires de montage de programmes et l'exploitation plus importante des studios.

Rejet de CO₂ (en millions de kilogrammes)

2005 : 0,431 million de kg

2006 : 0,434 million de kg

Production de déchets (en tonnes)

2005 : 228 tonnes

2006 : 239 tonnes

La hausse constatée entre 2005 et 2006 s'explique principalement par l'augmentation du nombre de salariés.

13.5. ASSURANCES

Le Groupe Métropole Télévision développe une politique prudente d'analyse et de prévention de ses risques destinée à en limiter à la fois la survenance et l'ampleur. Pour compléter ces efforts, le Groupe Métropole Télévision a mis en place un plan de polices d'assurances destiné à couvrir ses principaux risques et dispose ainsi des couvertures adéquates, en fonction de son évaluation des risques, de ses capacités propres et des conditions du marché de l'assurance.

Le Groupe Métropole Télévision s'assure de la permanente adéquation de ses polices d'assurances avec ses besoins.

Les principales polices d'assurances souscrites, hors FCGB qui dispose de ses propres polices d'assurances, sont listées ci-après pour les principaux risques couverts (les informations ci-dessous sont données à titre indicatif).

ASSURANCE « DOMMAGES »

Police : Multirisques industrielle et professionnelle

Assurés : METROPOLE TELEVISION, ses filiales et/ou sociétés apparentées.

Garanties : dommages à hauteur de 40 000 000 € par sinistre et par année d'assurance.

Police : Tous risques matériels techniques et informatiques

Assurés : MÉTROPOLE TELEVISION, ses filiales et/ou sociétés apparentées.

Garanties : conséquences pécuniaires à la suite de toutes pertes matérielles directes ou tous dommages matériels directs causés aux matériels à hauteur de 20 000 000 € par sinistre et par année d'assurance.

ASSURANCE « RESPONSABILITÉ CIVILE »

Police : Responsabilité civile exploitation et professionnelle

Assurés : MÉTROPOLE TELEVISION, ses filiales et/ou sociétés apparentées, groupements créés par ou pour le personnel, des représentants légaux ainsi que des préposés des assurés.

Garanties : conséquences pécuniaires de la responsabilité civile de l'Assuré pour tous dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs causés aux tiers du fait des activités de l'entreprise à hauteur de 16 000 000 € par sinistre tous dommages confondus pour la "Responsabilité civile exploitation" et de 7 000 000 € par sinistre et par année d'assurance tous dommages confondus pour la "Responsabilité civile professionnelle".

ASSURANCE « RESPONSABILITÉ CIVILE DES MANDATAIRES SOCIAUX »

Assurés : METROPOLE TELEVISION, l'ensemble des dirigeants (1) (de droit ou de fait) et administrateurs de Métropole Télévision et ses filiales.

Garanties : conséquences pécuniaires de la responsabilité civile des dirigeants à hauteur de 11 500 000 € par période d'assurance.

⁽¹⁾ *Dirigeants et administrateurs : personnes physiques passées, présentes ou futures, régulièrement investies au regard de la loi et des statuts dans les filiales.*

Pour l'année 2006 le coût annuel des primes d'assurances était pour le Groupe de 720 K€.

L'ensemble des contrats d'assurance du Groupe M6 a été reconduit pour 2007 sur des bases similaires à celles de l'exercice 2006.

Il n'existe pas de compagnie d'assurance captive.

14. IMPORTANTS CONTRATS DES 24 DERNIERS MOIS

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

15. RESSOURCES HUMAINES

15.1. EFFECTIFS

■ 15.1.2. EFFECTIF TOTAL, EMBAUCHES (CDI / CDD), LICENCIEMENTS ET MOTIFS, MAIN D'ŒUVRE EXTÉRIEURE À LA SOCIÉTÉ.

Le nombre moyen de collaborateurs permanents employés par les sociétés du Groupe Métropole Télévision s'est élevé à 1 581 en 2006 contre 1 298 en 2005.

Hors Football Club des Girondins de Bordeaux, l'effectif moyen des salariés permanents est passé de 1 126 en 2005 à 1 402 en 2006.

Au 31 décembre 2006, l'effectif du groupe était de 1 643 permanents, dont 213 sous contrat de travail à durée déterminée. Cet effectif se répartit à raison de 582 salariés pour l'unité économique et sociale (Métropole Télévision, M6 Bordeaux, M6 Toulouse, M6 Films, Métropole Production) (soit 35% de l'effectif) et 1 061 pour les filiales de Métropole Télévision (dont 215 salariés MGD et 846 salariés dans les autres filiales).

En 2006, 257 collaborateurs ont été embauchés sous contrat de travail à durée indéterminée (contre 145 en 2005).

L'effectif équivalent temps plein des journalistes pigistes et intermittents du spectacle s'est élevé à 452 en 2006 (hors Mistergooddeal), contre 438 en 2005, soit une hausse de 3%, reflet de l'activité liée à la diffusion de la Coupe du Monde de Football.

Au cours de l'exercice, il a été procédé au licenciement de 48 collaborateurs. Par ailleurs 92 collaborateurs ont quitté la société du fait d'une démission, ramenant ainsi la croissance nette des effectifs à 117 personnes.

L'âge moyen des collaborateurs est constant par rapport à 2005, il est de 34 ans. Le Groupe Métropole Télévision emploie autant de femmes que d'hommes, sur l'année 2006 : 50% des collaborateurs sont donc des femmes (contre 52% en 2005). Ce chiffre est de 54% pour le périmètre hors Football Club des Girondins de Bordeaux. Enfin, les femmes représentent 46% de l'effectif cadre du groupe, et 53% si l'on considère l'effectif hors FCGB.

Le Groupe Métropole Télévision confie à des prestataires extérieurs les services suivants :

- *Services généraux* : l'accueil, le gardiennage, le nettoyage et la maintenance des locaux, la restauration collective, ainsi que la maintenance et des projets informatiques. Les sociétés sous-traitantes concernées emploient 157 collaborateurs (172 en 2005).
- *Informatique* : 13 sociétés de prestataires emploient au total 21 salariés.
- *Technique* : Exploitation du studio météo et info trafic, assistance et maintenance technique et informatique de 8 décrochages locaux : 2 sociétés sous-traitantes qui emploient au total 7 salariés.

■ 15.1.3. ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL / DURÉE DU TRAVAIL TEMPS PLEIN ET TEMPS PARTIEL / ABSENTÉISME ET MOTIFS

Dans le respect du Code du Travail, l'ensemble des collaborateurs du Groupe bénéficie d'une réduction du temps de travail depuis février 2000, sous la forme d'une réduction en heures ou en jours selon les catégories.

Les salariés à temps partiel représentent 6% des effectifs du Groupe, situation comparable à celle constatée en 2005 (6%) hors Football Club des Girondins de Bordeaux.

L'ensemble des absences, incluant les congés payés, a représenté en 2006 10% des heures travaillées à comparer à 16% en 2005. L'absentéisme pour cause de maladie et les congés maternité se sont élevés à 5%, inchangé par rapport à 2005.

■ 15.1.4. RÉMUNÉRATIONS ET ÉVOLUTION / CHARGES SOCIALES / PARTICIPATION ET PEE

RÉMUNÉRATION ET ÉVOLUTION

La masse salariale versée en 2006 aux effectifs permanents du Groupe (hors Football Club des Girondins de Bordeaux) s'est élevée au total à 95 275 K€, contre 79 752 K€ en 2005, avec un taux de charge moyen de 48% toutes catégories confondues.

Sur la base du nombre moyen de collaborateurs (hors Football Club des Girondins de Bordeaux), la rémunération brute moyenne des collaborateurs permanents s'est élevée en 2006 à 45 917 €.

PARTICIPATION / ÉPARGNE SALARIALE

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

Au total, la réserve spéciale de participation au titre de l'exercice 2005, versée en 2006, s'est élevée à 5 963 238 € versus 5 776 411 € versés en 2005 au titre de 2004. 1 778 collaborateurs en ont bénéficié, dont 501 intermittents du spectacle et journalistes pigistes, contre respectivement 1 655 collaborateurs dont 539 intermittents en 2005.

Le plan d'épargne Groupe a été renouvelé en mai 2006, et prévoit un abondement employeur de 200%, plafonné à 800 € pour douze mois de présence. Il a concerné les collaborateurs ayant travaillé trois mois au moins au cours de la période (ou 60 prestations pour les intermittents du spectacle et les journalistes pigistes).

À ce titre, 1 173 personnes ont bénéficié des abondements du plan d'épargne Groupe et le montant total des abondements versés par les sociétés du Groupe s'est élevé à 834 078 € en 2006. Pour mémoire, 988 personnes avaient souscrit en 2005 un montant total de 702 K€, abondement inclus.

Au total, la participation et les versements au titre du plan d'épargne auront représenté 8 882 K€ en 2006, contre 6 478 K€ en 2005.

En 2005, un accord d'intéressement a été conclu (hors FCGB), dans le but d'associer plus étroitement les salariés à l'amélioration des performances du Groupe et de partager les gains en matière de croissance du résultat opérationnel, réalisés du fait de leur efficacité et de leur implication. Sur la base des résultats 2005, un montant de 2 095 073 € a été versé à 1 778 salariés en 2006 au titre de l'intéressement.

Enfin, la gestion de l'épargne salariale a été confiée à un organisme extérieur qui propose aux collaborateurs quatre fonds distincts en termes de rendement et de risque pour placer leur épargne salariale :

- FCPE FRUCTI AVENIR 3 : FCPE Diversifié Actions (70% actions, 30% obligations), rendement élevé mais risque important ;
- FCPE M6 Diversifié : FCPE Diversifié Taux (20% actions, 80% obligations), rendement modéré mais risque moindre ;
- FCPE FRUCTI AVENIR 6 : FCPE monétaire (100% monétaire), rendement faible et sans risque ;
- un fonds d'actions Métropole Télévision.

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

■ 15.1.5. PROMOTION ET DÉVELOPPEMENT DE CARRIÈRE

Comme les années précédentes, les collaborateurs ont formalisé leur entretien annuel avec leur responsable hiérarchique. Les critères d'évaluation, au-delà d'une appréciation des résultats obtenus au cours de l'année écoulée, portent sur le savoir-faire (technicité, organisation, capacité d'analyse, force de proposition), le savoir-être (implication – sens des résultats, esprit d'équipe – communication, disponibilité – adaptabilité, leadership) et, le cas échéant, la capacité à manager (décider, motiver, mesurer et contrôler les résultats, conduire une équipe, intégrer la dimension stratégique). Lors de ces entretiens les collaborateurs font part de leurs souhaits d'évolution et de formation.

Par ailleurs, l'ensemble des postes est proposé en ligne sur l'intranet du groupe afin de donner, la priorité aux candidatures internes. En 2006, 42 personnes ont bénéficié de la mobilité interne dont 16 hommes et 26 femmes. De même, les postes qui se libèrent sur des métiers proches des compétences des intermittents leur sont proposés en priorité par rapport à une candidature externe.

■ 15.1.6. RELATIONS PROFESSIONNELLES ET BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

Les comités d'entreprises, les délégations uniques du personnel et les délégués du personnel contribuent avec les comités d'hygiène et de sécurité des conditions de travail à la qualité du dialogue social. À ce titre, de nombreuses réunions se sont tenues au cours de l'année 2006.

La volonté du groupe est sans cesse réaffirmée de développer la formation et l'information des représentants du personnel et des délégués syndicaux en les associant à la mise en œuvre des grandes actions menées par le Groupe. Le dialogue social demeure ainsi une priorité. Plusieurs accords ont été conclus au cours de l'année 2006, notamment un accord relatif aux frais de soins de santé et de prévoyance et un accord relatif à la durée du travail sur l'UES.

■ 15.1.7. CONDITIONS D'HYGIÈNE ET DE SÉCURITÉ

Les conditions d'hygiène et de sécurité font l'objet d'un suivi périodique, notamment dans le cadre des réunions avec le Comité d'Hygiène et de Sécurité. À ce titre, de nombreuses mesures d'amélioration des conditions de travail ont été entreprises en 2006.

■ 15.1.8. FORMATION

FORMATION INTERNE

En 2006, le budget formation s'est élevé à 628 K€, soit 1 719 jours de formation dispensés à 606 collaborateurs au total. Les principaux axes de formation sont des formations aux métiers, au management et de plus en plus à l'apprentissage et la pratique de langues étrangères. Sur le périmètre de l'UES, les actions de formation se sont réparties parfaitement équitablement entre les hommes et les femmes.

Pour la première année, des collaborateurs ont fait valoir leur Droit Individuel à la Formation en 2006, en application de l'accord de branche signé le 28 avril 2005.

POLITIQUE D'ACCUEIL DES JEUNES DIPLÔMÉS ET DES STAGIAIRES

L'accueil des jeunes se fait soit en stages d'observation pendant leur année de troisième ou de seconde, soit par le biais de stages conventionnés et indemnisés, soit enfin par l'intermédiaire de contrats en alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation).

Dans le respect de la charte nationale sur les stagiaires, un certain nombre d'actions en faveur des stagiaires étudiants a été mené : revalorisation de la grille d'indemnisation des stages, séminaire d'intégration des nouveaux stagiaires dans le mois de leur arrivée avec remise d'un kit de bienvenue, encadrement des stagiaires par un tuteur, lequel bénéficie d'une formation au management dédiée. Les stagiaires sont évalués en fin de stage en vue de constituer un vivier de recrutement, et sont destinataires d'une lettre d'information leur donnant des nouvelles du Groupe et les informant des dernières offres de postes à pourvoir. En 2006, le groupe a accueilli 400 stagiaires conventionnés et indemnisés et 218 stagiaires en observation. 62 personnes ont été recrutées à la suite de leur stage (CDD, CDI, pige, intermittents).

■ 15.1.9. EMPLOI ET INSERTION DES TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Outre l'emploi direct de 5 salariés handicapés, le Groupe Métropole Télévision sous-traite depuis plusieurs années des tâches administratives récurrentes (courriers administratifs, etc.) à des ateliers protégés.

■ 15.1.10. ŒUVRES SOCIALES

Le budget des œuvres sociales diffère pour l'UES ou les filiales :
- Pour l'UES, ce montant correspondant à 0,9 % de la masse salariale soit 346 262 € ;
- Pour les filiales ce montant correspondant à 0,15 % de la masse salariale soit 42 199 €.
Soit un total de 388 461 €.

15.2. RÉMUNÉRATION TOTALE DES 10 PERSONNES LES MIEUX RÉMUNÉRÉES

Le montant versé aux 10 personnes les mieux rémunérées du groupe s'est élevé en 2006 à 4 990 K€ contre 4 920 K€ en 2005 (avantages en nature inclus). Les 10 personnes les mieux rémunérées comprennent les mandataires sociaux (à l'exclusion des joueurs du FC des Girondins de Bordeaux).

16. FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

■ DÉCROCHAGES PUBLICITAIRES DE M6 EN SUISSE

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

Cette retransmission a fait l'objet de quatre recours contentieux de la part de la SSR, dont un seul reste pendant :

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

action en cessation de trouble, en dommages et intérêts et en constatation de droit a été rejetée le 4 janvier 2007 par le Tribunal cantonal. La TSR a interjeté appel de cette décision.

Par ailleurs, début 2005, M6 a contesté devant le Conseil d'Etat la demande du CSA de modifier la convention du 8 octobre 2001 pour y intégrer des dispositions d'un décret de 2002. Selon M6, une telle modification aurait pour effet de dénaturer son projet en alignant le régime juridique de son signal suisse sur celui des chaînes du câble et du satellite. L'arrêt est attendu courant 2007.

■ RECOURS DES GROUPES TF1 ET NRJ

TF1 et NRJ ont formé des recours devant le Conseil d'État contre la décision du CSA de mars 2005 qui modifie certaines des dispositions de la convention de W9 (ex M6-Music). L'instruction des dossiers est en cours.

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

17. HONORAIRES DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

■ HONORAIRES DE COMMISSARIATS AUX COMPTES AU TITRE DE L'EXERCICE 2006, ET AUTRES HONORAIRES FACTURÉS EN 2006

(en K€)	Ernst & Young		KPMG		TOTAL 2006	TOTAL 2005
	2006	2005	2006	2005		
Audit						
Commissariat aux comptes, certification des comptes individuels et consolidés	377	354	303	273	680	627
Autres missions accessoires et autres missions d'audit	-	75	-	45	-	120
Sous-total	377	429	303	318	680	747
Autres prestations						
Juridique, fiscal, social						
Technologies de l'information						
Contrôle interne						
Autres (à préciser si > 10% des honoraires d'audit)						
Sous-total	-	-	-	-	-	-
Total	377	429	303	318	680	747

18. DOCUMENT D'INFORMATION ANNUEL

Conformément à l'article 222-7 du Règlement Général de l'AMF, la société M6 - Métropole Télévision, cotée sur l'Eurolist, compartiment A, a établi un document d'information annuel mentionnant toutes les informations publiées ou rendues publiques au cours des douze derniers mois en France, afin de satisfaire à ses obligations législatives ou réglementaires en matière d'instruments financiers, d'émetteurs d'instruments financiers et de marchés d'instruments financiers.

Ce document, qui comprend les informations suivantes, sera mis en ligne sur le site de l'AMF.

■ COMMUNIQUÉS ET AVIS

CHIFFRE D'AFFAIRES

31 janvier 2006 : chiffre d'affaires du 4^e trimestre 2005. Publication au BALO du 8 février 2006 (n° 17)

24 avril 2006 : chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2006. Publication au BALO du 1^{er} mai 2006 (n° 52)

27 juillet 2006 : chiffre d'affaires du 2^e trimestre et du 1^{er} semestre 2006. Publication au BALO du 4 août 2006 (n° 93)

26 octobre 2006 : chiffre d'affaires du 3^e trimestre 2006. Publication au BALO du 10 novembre 2006 (n° 135)

1^{er} février 2007 : chiffre d'affaires du 4^e trimestre 2006. Publication au BALO du 9 février 2007 (n° 18)

RÉSULTATS ANNUELS ET SEMESTRIELS

8 mars 2006 : résultats au 31 décembre 2005. Publication au BALO du 17 avril 2005 (n° 46)

28 août 2006 : résultats au 30 juin 2006. Publication au BALO du 11 octobre 2006 (n° 122)

5 mars 2007 : résultats au 31 décembre 2006.

AUTRES COMMUNIQUÉS

9 janvier 2006 : Vivendi Universal – TF1 – M6 : projet de rapprochement industriel dans la télévision payante

30 mars 2006 : Ignace Van Meenen remplace Jean-Charles de Keyser dans ses fonctions de membre du Conseil de Surveillance. Publication dans Les Petites Affiches du 30 mars 2006.

14 avril 2006 : Constantin Lange remplace Thomas Rabe dans ses fonctions de membre du Conseil de Surveillance. Publication dans Les Petites Affiches du 14 avril 2006.

5 mai 2006 : document annuel d'information (période du 01/01/2005 au 22/03/2006)

4 juillet 2006 : reprise de la participation du Groupe Suez par le Groupe Compagnie Nationale à Portefeuille

6 juillet 2006 : bilan semestriel du contrat de liquidité

31 août 2006 : rapprochement TPS - Canal+

28 septembre 2006 : Jean d'Arthuys, membre du Directoire en charge des activités numériques, quitte le Groupe M6

7 décembre 2006 : Le Groupe M6 acquiert 100% de Téva

5 janvier 2007 : réalisation définitive du rapprochement TPS/ Groupe Canal+

8 janvier 2007 : bilan semestriel du contrat de liquidité

AVIS

Avis de réunion valant avis de convocation : publication au BALO du 22 mars 2006 (n° 35)

Avis de convocation : publication dans Les Petites Affiches du 5 avril 2006

Droits de vote à l'AGM du 24 avril 2006 : publication au BALO du 3 mai 2006 (n° 53)

Avis de réunion valant avis de convocation : publication au BALO du 28 mars 2007 (n°38)

■ OPÉRATIONS

5 avril 2006 : descriptif du programme de rachat d'actions (inséré dans le document de référence)

■ DÉCLARATIONS AMF

Janvier 2006 - février 2007 : déclarations mensuelles des achats et cessions d'actions propres.

8 juin 2006 : déclarations individuelles des dirigeants sur les opérations sur titres de la société

12 juin 2006 : déclarations individuelles des dirigeants sur les opérations sur titres de la société

18 juillet 2006 : déclaration individuelle des dirigeants sur les opérations sur titres de la société

13 novembre 2006 : déclarations individuelles des dirigeants sur les opérations sur titres de la société

Novembre 2006 - février 2007 : déclarations mensuelles des droits de vote

■ DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

5 avril 2006 : Dépôt AMF n° 06-0213

**RAPPORT
DE GESTION**INFORMATIONS
FINANCIÈRES
INFORMATIONS
JURIDIQUES

19. AUTRES MENTIONS

Les autres mentions du rapport de gestion figurent dans la partie « Informations Juridiques » et dans les comptes sociaux et leurs annexes (se référer à la Table de Concordance en fin de document).

Informations financières

156	A- Comptes consolidés au 31 décembre 2006	206	C- Comptes sociaux au 31 décembre 2006
156	I. BILAN CONSOLIDÉS	206	I. BILAN
158	II. COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉS	208	II. COMPTE DE RÉSULTAT
159	III. TABLEAU DE FINANCEMENT CONSOLIDÉS	209	III. TABLEAU DE FINANCEMENT
160	IV. CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS		
161	B- Annexe aux comptes consolidés	210	D- Annexe aux comptes sociaux
162	1. FAIT MARQUANT DE L'EXERCICE	210	1. FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE
162	2. INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE	210	2. RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES
162	3. BASES DE PRÉPARATION ET DE PRÉSENTATION DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS	212	3. NOTES SUR LE BILAN
165	4. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES	216	4. NOTES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT
173	5. ACTIVITÉS CÉDÉES OU EN COURS DE CESSION	218	5. NOTES SUR LES AUTRES ÉLÉMENTS
174	6. GROUPEMENT D'ENTREPRISE	220	6. NOTES SUR LA CONSOLIDATION DES COMPTES
176	7. INFORMATIONS SECTORIELLES	220	7. ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS POST-CLÔTURE
178	8. AUTRES PRODUITS OPÉRATIONNELS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES	221	8. RÉSULTATS DES CINQ DERNIERS EXERCICES
180	9. IMPÔT SUR LE RÉSULTAT	222	9. TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS
182	10. RÉSULTAT PAR ACTION		
182	11. DIVIDENDES VERSÉS ET PROPOSÉS	224	RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES
183	12. IMMOBILISATIONS CORPORELLES		
184	13. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	226	RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS
185	14. TESTS DE DÉPRÉCIATION DES GOODWILL ET ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉTERMINÉE		
186	15. ACTIFS FINANCIERS DISPONIBLES A LA VENTE		
186	16. AUTRES ACTIFS FINANCIERS		
187	17. PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES		
188	18. RÉMUNÉRATIONS EN ACTIONS		
190	19. INDEMNITÉS DE DÉPART EN RETRAITE		
191	20. STOCKS		
192	21. CRÉANCES ET AUTRES CRÉANCES		
192	22. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE		
192	23. CAPITAUX PROPRES		
193	24. DETTES FINANCIÈRES		
194	25. PROVISIONS		
196	26. ACTIFS ET PASSIFS ÉVENTUELS		
198	27. PARTIES LIÉES		
199	28. POLITIQUE ET OBJECTIF DE GESTION DU RISQUE FINANCIER		
200	29. INSTRUMENTS FINANCIERS		
201	30. ÉVÉNEMENTS POST CLOTURE		
202	31. PÉRIMÈTRE		
204	RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS		

A. COMPTES CONSOLIDÉS AU 31 DÉCEMBRE 2006

I. BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF

(en millions d'euros)	Note n°	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
Goodwill	14	53,7	61,3	114,6
Droits audiovisuels	13	66,6	62,9	41,1
Autres immobilisations incorporelles	13	42,1	45,2	52,9
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES		162,4	169,4	208,6
Terrain	12	7,8	7,8	7,8
Constructions	12	33,3	36,1	37,0
Autres immobilisations corporelles	12	20,2	17,9	42,0
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		61,3	61,8	86,8
Actifs financiers disponibles à la vente	15	0,4	0,3	8,2
Autres actifs financiers non courants	16	330,7	6,3	7,7
ACTIFS FINANCIERS		331,1	6,6	16,0
Actifs d'impôts différés	9	22,3	30,1	31,4
ACTIF NON COURANT		577,0	267,9	342,8
Stocks de droits de diffusion	20	148,4	115,7	109,5
Autres stocks	20	28,7	21,1	8,7
Créances clients nettes	21	277,5	244,4	237,1
Impôts courants		76,3	79,1	82,3
Autres actifs	21	247,4	216,5	214,0
Instruments financiers dérivés		-	0,5	-
Actifs financiers		-	0,2	29,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	22	250,7	243,1	211,5
ACTIF COURANT		1 029,0	920,6	892,3
Actifs liés aux activités en cours de cession	5	-	201,8	-
TOTAL ACTIF		1 606,0	1 390,3	1 235,1

PASSIF

(en millions d'euros)	Note n°	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
Capital social		52,8	52,8	52,8
Prime d'émission		24,2	24,2	24,2
Actions propres		(11,5)	(23,0)	(59,4)
Réserves consolidées		327,1	294,0	299,4
Autres réserves		(0,7)	(0,1)	(4,5)
Résultat net part du Groupe		408,5	156,2	128,8
CAPITAUX PROPRES - PART DU GROUPE		800,2	504,1	441,3
INTÉRÊTS MINORITAIRES		0,9	0,2	(0,4)
Provisions	19	7,9	9,1	17,4
Dettes financières	24	6,2	5,1	5,7
Crédit bail		0,3	-	6,4
Dettes sur immobilisations		7,5	7,8	-
Autres dettes		-	-	40,4
Passifs d'impôts différés	9	19,7	5,4	6,2
PASSIF NON COURANT		41,6	27,4	76,2
Provisions	25	61,8	56,3	63,2
Dettes financières	24	53,1	1,7	29,2
Instruments financiers dérivés		1,0	-	5,9
Crédit bail		0,1	-	3,9
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		348,7	296,4	308,7
Impôts courants		79,4	90,4	75,5
Dettes fiscales et sociales		143,5	119,0	125,6
Dettes sur immobilisations		19,9	20,9	28,8
Autres passifs		55,8	54,6	77,2
PASSIF COURANT		763,3	639,3	718,0
Passifs liés aux activités en cours de cession	5	-	219,3	-
TOTAL PASSIF		1 606,0	1 390,3	1 235,1

II. COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	Note n°	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
Chiffre d'affaires		1 283,4	1 079,9	1 012,2
Autres produits opérationnels	8.1	16,8	50,8	53,2
Total des produits opérationnels		1 300,2	1 130,7	1 065,4
Consommations et autres charges opérationnelles	8.2	(741,1)	(628,5)	(580,6)
Charges de personnel (y compris participation)	8.4	(197,2)	(161,9)	(149,7)
Impôts, taxes et versements assimilés		(57,1)	(51,4)	(52,0)
Dotations aux amortissements et aux provisions (nettes de reprises)	8.3	(82,7)	(67,8)	(71,7)
Perte de valeur des actifs non amortissables	14	(2,6)	(0,8)	(3,6)
Total des charges opérationnelles		(1 080,7)	(910,4)	(857,6)
Plus-value sur cessions d'immobilisation		-	13,3	-
Résultat opérationnel		219,5	233,6	207,8
Produit de la trésorerie		9,2	5,3	4,4
Coût de l'endettement		(1,8)	(0,3)	-
Réévaluation des instruments dérivés		0,2	0,2	(1,1)
Produit de cession des actifs financiers disponibles à la vente		0,8	-	-
Autres éléments financiers		(0,1)	(2,5)	0,7
Résultat financier	8.5/8.6	8,3	2,7	4,0
Part dans les sociétés associées		-	-	(0,6)
Résultat courant avant impôt		227,8	236,3	211,2
Impôt sur le résultat	9	(75,5)	(85,1)	(80,8)
Résultat net des activités poursuivies		152,3	151,2	130,4
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession	5	256,8	5,1	(2,1)
Résultat net consolidé		409,1	156,3	128,3
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE		408,5	156,2	128,8
INTÉRÊTS MINORITAIRES		0,6	0,1	(0,5)
Résultat net par action des activités poursuivies (en euros)	10	1,154	1,153	0,998
Résultat net part du Groupe par action des activités poursuivies (en euros)		1,154	1,153	1,001
Résultat net dilué par action des activités poursuivies (en euros)		1,146	1,149	0,987

III. TABLEAU DE FINANCEMENT CONSOLIDÉ

(en millions d'euros)	31/12/2006	31/12/2005	31/12/2004
Résultat opérationnel	219,5	233,6	207,8
Amortissements et provisions hors actifs circulants	78,1	88,8	67,7
Plus values et moins values de cession	0,9	(26,2)	(5,1)
Produits perçus de la trésorerie nette	9,2	5,1	4,0
Intérêts payés	(0,4)	-	1,1
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	8,7	4,0	2,5
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT D'EXPLOITATION AVANT IMPÔT	316,0	305,3	278,0
Variations d'exploitation			
Stocks nets	(40,4)	(23,2)	(10,1)
Créances d'exploitation nettes	(67,1)	(53,6)	18,3
Dettes d'exploitation	61,0	41,2	(26,8)
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT D'EXPLOITATION	(46,5)	(35,6)	(18,6)
Impôt sur les sociétés décaissé	(74,2)	(75,4)	(107,5)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES	195,3	194,3	151,9
Opérations d'investissement			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(35,7)	(76,5)	(65,5)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(10,7)	(8,0)	(10,8)
Acquisitions d'immobilisations financières	0,6	(1,5)	(0,7)
Dettes sur immobilisations	(0,5)	6,7	(2,7)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales	(10,7)	(48,7)	(20,7)
Trésorerie nette résultant des cessions de filiales	5,0	5,0	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	7,2	13,1	8,2
Cessions ou réductions d'immobilisations financières	0,3	1,4	0,2
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT	(44,5)	(108,5)	(92,0)
Opérations de financement			
Augmentation/réduction de capital	0,2	-	4,0
Actifs financiers courants	(0,3)	-	-
Passifs financiers	(1,6)	3,0	(0,1)
Produits des exercices de stock-options	4,1	10,2	4,7
Acquisitions d'actions propres	-	-	-
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(125,0)	(110,0)	(86,2)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	(0,1)	-	-
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS DE FINANCEMENT	(122,7)	(96,8)	(77,6)
Flux de trésorerie liés aux activités en cours de cession	(20,6)	42,6	-
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	7,6	31,6	(17,7)
Trésorerie et équivalents de trésorerie à l'ouverture	243,1	211,5	229,2
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA CLÔTURE	250,7	243,1	211,5

IV. CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Nombre d'actions (en milliers)	Capital social	Prime d'émission	Actions propres	Réserves consolidées	Résultat Groupe	Autres réserves (*)	Capitaux propres part du Groupe	Intérêts minoritaires
Situation au 1^{er} janvier 2004	131 888,7	52,8	24,2	(64,1)	384,6	-	(4,3)	393,2	(1,2)
Variations de capital de l'entreprise consolidante								-	-
Résultat consolidé de l'exercice (part du Groupe)						128,8		128,8	(0,5)
Dividendes distribués					(87,6)			(87,6)	-
Variation de la valeur des instruments dérivés							(0,2)	(0,2)	-
Coût des stocks options (IFRS 2)					2,4			2,4	-
Acquisitions/cessions d'actions propres				4,7				4,7	-
Autres mouvements								-	1,3
Situation au 31 décembre 2004	131 888,7	52,8	24,2	(59,4)	299,4	128,8	(4,5)	441,3	(0,4)
Variations de capital de l'entreprise consolidante								-	-
Résultat consolidé de l'exercice (part du Groupe)						156,2		156,2	0,1
Affectation du résultat 2004					128,8	(128,8)		-	-
Dividendes distribués					(110,0)			(110,0)	0,4
Variation de la valeur des instruments dérivés					(1,6)		4,4	2,8	-
Coût des stocks options (IFRS 2)					4,0			4,0	-
Acquisitions/cessions d'actions propres				36,4	(26,2)			10,2	-
Autres mouvements					(0,4)			(0,4)	0,1
Situation au 31 décembre 2005	131 888,7	52,8	24,2	(23,0)	294,0	156,2	(0,1)	504,1	0,2
Variations de capital de l'entreprise consolidante								-	-
Résultat consolidé de l'exercice (part du Groupe)						408,5		408,5	0,6
Affectation du résultat 2005					156,2	(156,2)		-	-
Dividendes distribués					(125,0)			(125,0)	(0,1)
Variation de la valeur des instruments dérivés							(0,6)	(0,6)	-
Coût des stocks options (IFRS 2)					9,2			9,2	-
Acquisitions/cessions d'actions propres				11,5	(7,4)			4,1	-
Autres mouvements					0,1			0,1	0,2
SITUATION AU 31 DÉCEMBRE 2006	131 888,7	52,8	24,2	(11,5)	327,1	408,5	(0,7)	800,2	0,9

(*) Les autres réserves correspondent aux variations de juste valeur des instruments financiers et des éléments de bilan valorisés en conformité avec l'IAS 39

B. ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDÉS ANNUELS

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

1. FAIT MARQUANT DE L'EXERCICE

Après avoir été annoncée le 16 décembre 2005, l'opération de rapprochement des activités de télévision payante en France du Groupe Canal+ et de TPS a fait l'objet le 6 janvier 2006 d'un protocole d'accord établissant les modalités de ce rapprochement.

Ce protocole, signé par Vivendi, TF1 et M6 après avis favorable des instances sociales concernées, établissait les principes de :

- l'apport de 100% de TPS par TF1 et M6 à un nouvel ensemble, dénommé par la suite Canal+ France, dont M6 deviendrait actionnaire à hauteur de 5,1% ;
- l'octroi à TF1 et M6 d'une option de vente de ces titres Canal+ France exerçable trois ans après la date de réalisation de l'opération, sur la base d'un prix de marché déterminé à dire d'expert, au moins égal à un prix plancher de l'ordre de 7 500 M€ pour 100% de Canal+ France, soit 384,2 M€ pour les actions détenues par M6.

À la date de ce protocole et à titre d'avance, Vivendi a versé à M6 une somme de 51,0 M€ remboursable, intérêts compris, à la date de réalisation.

Au cours de 2006, les modalités du rapprochement ont été contractualisées entre les parties et les opérations préalables à l'opération, comme la recapitalisation de TPS, ont été mises en œuvre.

Les principales étapes ayant conduit à la finalisation de l'opération ont notamment été les suivantes :

- 30 août 2006 : approbation de l'opération par les autorités françaises de la concurrence sous condition de respect d'engagements souscrits par Vivendi et Canal+ France ;
- 31 août 2006 : arrêté des comptes de TPS qui constituent les comptes de référence sur lesquels s'appuient de nombreuses modalités de l'apport de TPS au nouvel ensemble ;
- 1^{er} septembre 2006 : ouverture d'une période transitoire dans la gestion courante de TPS conduisant à la désignation par Canal+ d'un Directeur Général Délégué de TPS et à la perte de contrôle conjoint de TPS par TF1 et M6, puisque ces derniers ne dirigent alors plus librement la gestion opérationnelle et financière de TPS ;
- 30 novembre 2006 : M6 procède à la recapitalisation de TPS (pour 66,6 M€) ;
- 19 décembre 2006 : signature du traité d'apport conduisant à pla-

cer l'ensemble de l'activité TPS sous la société TPS Gestion détenue par TF1 (66%) et M6 (34%), ainsi que du traité d'apport de TPS Gestion à Canal+ France sous condition de l'approbation de chacun des apports par les assemblées générales compétentes convoquées pour le 4 janvier 2007 ;

- 4 janvier 2007 : approbation des traités par les assemblées générales et réalisation de l'opération ; à cette date, M6 a procédé au remboursement à Vivendi de l'avance reçue le 6 janvier 2006 majorée des intérêts capitalisés pour un montant total de 52,5 M€. La date d'exercice de l'option de vente des titres Canal+ France détenue par M6 s'établit donc en février 2010.

M6 est désormais actionnaire de Canal+ France à hauteur de 5,1% aux côtés de Vivendi (65%), de Lagardère (20%) qui s'est joint dès le début de 2006 au projet de rapprochement compte tenu de sa participation dans CanalSat (34%), et de TF1 (9,9%).

M6 ne dispose d'aucun siège au conseil d'administration de Canal+ France.

Les principaux actifs de Canal+ France sont CanalSat, TPS, Multithématiques, Média Overseas, Canal Distribution détenus à 100% et Canal+ SA à hauteur de 49%.

Les incidences comptables de ces opérations s'analysent comme suit :

- en application de l'IFRS 5, TPS est traitée depuis le 16 décembre 2005 comme un actif non courant détenu en vue de la vente et comme une activité en cours de cession ;
- la perte de contrôle conjoint de TPS par M6 et TF1 au 1^{er} septembre 2006 a conduit à ne retenir que huit mois du résultat net de TPS, exprimé en quote-part M6, dans le résultat des activités en cours de cession ou cédées ; en application de l'IFRS 5, aucun amortissement de l'actif immobilisé de TPS n'a été comptabilisé dans la contribution de TPS sur cette période ;
- la plus-value d'apport de TPS à Canal+ France est reconnue en 2006 ;
- la participation de 5,1% dans Canal+ France (le sous-jacent non dérivé) et l'option de vente des titres (le dérivé incorporé) reçus en échange de l'apport de TPS sont traités comme un « actif financier à la juste valeur par résultat », au sens de la norme IAS 39 amendée. Au 31 décembre 2006, la juste valeur de cet actif a été déterminée en actualisant la valeur plancher de cet actif

(384,2 M€) en 2010. Cette juste valeur ressort ainsi à 324,0 M€ au 31 décembre 2006 et sera réévaluée en contrepartie du résultat financier jusqu'en 2010 afin d'atteindre au moins la valeur plancher de 384,2 M€. La réévaluation minimale annuelle s'établit respectivement à 19,0 M€, 20,1 M€ et 21,2 M€ pour les exercices 2007, 2008 et 2009 ;

- la plus-value d'apport de TPS correspond donc à la juste valeur des titres Canal+ France assortis de l'option de vente, diminuée de la valeur consolidée de TPS dans les comptes du Groupe à la date de perte de contrôle et des frais occasionnés par l'opération.

En 2006, les flux de trésorerie liés à l'opération sont constitués de l'encaissement de l'avance Vivendi pour 51,0 M€, du décaissement résultant de la recapitalisation de TPS pour 66,6 M€ et des différents autres décaissements dont ceux liés aux frais encourus dans le cadre de cette opération. En 2007, l'incidence sur la trésorerie du Groupe correspond au remboursement à Vivendi de l'avance pour 52,5 M€.

2. INFORMATIONS SUR L'ENTREPRISE

Les états financiers consolidés au 31 décembre 2006 du groupe dont Métropole Télévision est la société mère (le Groupe) ont été arrêtés par le Directoire du 26 février 2007 et examinés par le Conseil de Surveillance du 5 mars 2007. Ils seront soumis pour approbation à la prochaine Assemblée Générale du 2 mai 2007.

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

3. BASES DE PRÉPARATION ET DE PRÉSENTATION DES ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS

3.1 RÉFÉRENTIEL COMPTABLE

Les états financiers consolidés au 31 décembre 2006 sont établis en conformité avec les normes comptables IAS/IFRS (normes internationales d'information financière) en vigueur au sein de l'Union Européenne à cette date. Ils sont présentés avec en comparatif les exercices 2004 et 2005 établis selon le même référentiel.

■ PRINCIPES RETENUS

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

- de toutes les normes et interprétations adoptées par l'Union Européenne et d'application obligatoire au 31 décembre 2006 ;
- des options retenues et des exemptions utilisées.

■ NOUVELLES NORMES EN VIGUEUR AU SEIN DE L'UNION EUROPÉENNE AU 31 DÉCEMBRE 2006 ET D'APPLICATION OBLIGATOIRE À CETTE DATE

Les méthodes comptables adaptées sont cohérentes avec celles de l'exercice précédent, à l'exception de l'effet de l'adoption par le Groupe de nouvelles normes, amendements de normes et inter-

prétations IFRIC qui sont d'application obligatoire au 31 décembre 2006.

L'adoption des textes n'a pas eu d'impact sur les états financiers du Groupe, les notes annexes ont été enrichies lorsque cela a été nécessaire :

- **IAS 19 (amendement)** - *Écarts actuariels, régimes de groupes et informations à fournir*

La nouvelle option résultant de l'amendement IAS 19, et qui permet de comptabiliser les écarts actuariels en capitaux propres (option dite « option SoRIE »), n'est pas appliquée par le Groupe en 2006.

- **IAS 21 (amendement)** - *Investissement net dans une opération à l'étranger*

Toutes les différences de change résultant d'un élément monétaire qui fait partie de l'investissement net du Groupe dans une activité à l'étranger sont comptabilisés dans une composante distincte des capitaux propres des états financiers consolidés quelle que soit la monnaie dans laquelle l'élément monétaire est libellé. Ce changement n'a pas eu d'impact au 31 décembre 2006, 31 décembre 2005 et 31 décembre 2004.

- IAS 39 (amendement) - Option de juste valeur

Cet amendement modifie IAS 39 de manière à limiter le recours à l'option permettant de désigner un actif financier ou un passif financier comme devant être évalué à sa juste valeur, les variations étant portées au compte de résultat. Comme le Groupe n'avait pas utilisé cette option par le passé, dès lors cet amendement n'a pas eu d'impact sur les états financiers. En 2006 cette option s'applique à l'actif financier Canal+ France.

- IAS 39 (amendement) - Contrats de garanties financières

Cet amendement a modifié le champ d'application de la norme IAS 39 dans le but de reconnaître initialement à leur juste valeur les contrats de garanties financières qui ne sont pas considérés comme étant des contrats d'assurance et de les évaluer au plus élevé du montant déterminé en appliquant la norme IAS 37 - *Provisions, passifs éventuels et actifs éventuels* et du montant comptabilisé initialement, déduction faite quand cela est nécessaire des amortissements cumulés comptabilisés conformément à IAS 18 - *Produits des activités ordinaires*. Cet amendement n'a pas eu d'impact sur les états financiers.

- IAS 39 (amendement) - Comptabilité de couverture des transactions prévues internes au Groupe

Cet amendement modifie IAS 39 de manière à permettre de considérer une transaction intragroupe hautement probable, libellée en monnaie étrangère, comme élément couvert d'une relation de couverture des flux de trésorerie, dès lors que la transaction est libellée dans une autre monnaie que la monnaie fonctionnelle de l'entité partie prenante à la transaction et que le risque lié à la monnaie étrangère affectera le compte de résultat consolidé. Le Groupe n'ayant pas de transaction de ce type, cet amendement n'a pas d'impact sur les états financiers.

- IFRIC 4 - Déterminer si un accord contient un contrat de location

Adoptée au 1^{er} janvier 2006, cette interprétation fournit des commentaires permettant de déterminer si des accords sont ou contiennent des contrats de location devant faire l'objet d'une comptabilisation selon IAS 17. Cette adoption n'a pas eu d'impact pour le Groupe que ce soit au 31 décembre 2006, 2005 ou 2004.

- IFRIC 6 - Passifs résultant de la participation à un marché spécifique - Déchets d'équipements électriques et électroniques

Cette interprétation, applicable aux exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2006, définit la date de reconnaissance d'un passif au titre de la gestion des déchets d'équipements électriques et électroniques en accord avec la réglementation mise en place par l'Union Européenne.

Le Groupe n'est pas concerné par :

- IFRS 6 - *Prospection et évaluation des ressources minérales*
- IFRIC 5 - *Droits aux intérêts émanant de fonds de gestion déclinés au démantèlement, à la remise en état et à la réhabilitation de l'environnement*

■ APPLICATION DE NOUVELLES NORMES PAR ANTICIPATION DE LEUR DATE D'APPLICATION OBLIGATOIRE

Le Groupe a choisi de n'appliquer par anticipation aucune norme, amendement de norme ou interprétation en vigueur au sein de l'Union Européenne au 31 décembre 2006 dont la date d'application obligatoire est postérieure au 31 décembre 2006.

Le Groupe pourrait être concerné par :

- IFRS 7 - *Informations à fournir sur les instruments financiers* (norme d'application obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2007 pour le Groupe)
- IAS 1 - *Informations sur le capital* (amendement d'application obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2007)
- IFRIC 8 - *Champ d'application de IFRS 2* (interprétation applicable aux exercices ouverts à compter du 1^{er} mai 2006, soit à compter du 1^{er} janvier 2007 pour le Groupe).
- IFRIC 9 - *Réévaluation des dérivés incorporés*

Le Groupe n'est pas concerné par :

- IFRIC 7 - *Modalités pratiques de retraitement des états financiers selon IAS 29 - Information financière dans les économies hyperinflationnistes*

Par ailleurs, les textes, publiés par l'IASB au 31 décembre 2006 mais non en vigueur dans l'Union Européenne à cette date, et qui concernent le Groupe, sont les suivants :

- IFRIC 10 - *Information financière intermédiaire et pertes de valeur*
- IFRIC 11 - *IFRS 2 - Actions propres et transactions intra-groupe*
- IFRS 8 - *Information sectorielle*

Le Groupe n'est pas concerné par IFRIC 12 - *Accords de concession de service*.

Les normes IFRS 8 relative à l'information sectorielle, IFRS 7 relative à l'information à fournir au titre des actifs et passifs et l'amendement d'IAS 1 relatif à la présentation des états financiers n'ont pas d'incidence sur l'évaluation et la comptabilisation des transactions. S'agissant des autres textes mentionnés ci-dessus, le Groupe mène actuellement des analyses sur leurs conséquences pratiques et leurs effets d'application dans les comptes. Le Groupe n'a pas l'intention d'appliquer ces textes par anticipation de leur date d'application obligatoire.

■ OPTIONS OUVERTES PAR LE RÉFÉRENTIEL COMPTABLE ET RETENUES PAR LE GROUPE

Certaines normes comptables internationales prévoient des options en matière d'évaluation et de comptabilisation des actifs et passifs. Les options retenues par le Groupe sont présentées en note 3.5.

Par ailleurs, la norme IFRS 1 - *Première adoption des IFRS* relative à la première application du référentiel international prévoit des options possibles au principe d'application rétrospective des IFRS à la date de transition (1^{er} janvier 2004) pour le Groupe.

Dans ce cadre, le Groupe a retenu les options suivantes :

- les regroupements d'entreprises antérieurs au 1^{er} janvier 2004 n'ont pas été retraités selon IFRS 3 - *Regroupement d'entreprises* ;
- la norme IAS 39 a été appliquée de façon rétrospective à compter du 1^{er} janvier 2004 ;
- l'évaluation des avantages accordés aux salariés dans le cadre de rémunérations en actions ne prend en compte que les plans octroyés après le 7 novembre 2002.

3.2 PRINCIPES DE PRÉPARATION

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

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

3.3 RECOURS À DES ESTIMATIONS ET DES HYPOTHÈSES

Pour préparer ses états financiers consolidés conformément aux IFRS, la direction du Groupe procède à des estimations et formule des hypothèses qui affectent les montants présentés au titre des éléments d'actif et de passif inscrits au bilan consolidé, les informations fournies sur les actifs et passifs éventuels à la date d'établissement de ces informations financières ainsi que les montants présentés au titre des produits et charges du compte de résultat. La direction revoit ses estimations et ses appréciations de manière constante, sur la base tant de son expérience passée que de divers autres facteurs qu'elle juge raisonnables, et qui constituent le fondement de ses appréciations de la valeur comptable des éléments d'actifs et de passifs. Les estimations et appréciations établies dans le cadre de l'arrêté des comptes consolidés peuvent se révéler, dans le futur, sensiblement différentes de la réalité.

Les principales estimations et appréciations retenues se rapportent à :

- l'évaluation et la valeur recouvrable des goodwill et des actifs incorporels tels que les droits audiovisuels et les coûts d'acquisition des joueurs de clubs sportifs ; l'estimation de la valeur recouvrable de ces actifs suppose en effet la détermination des flux de trésorerie résultant de l'utilisation de ces actifs ou la connaissance de la valeur de marché des actifs. Il peut s'avérer que les flux effectivement dégagés sur ces actifs diffèrent sensiblement des projections initiales. De la même façon, la valeur de marché des actifs, notamment celle des joueurs de clubs sportifs, peut évoluer et différer des évaluations préalablement retenues ;
- l'évaluation des engagements de retraite dont les modalités de détermination sont détaillées en note 4.14 ;
- l'évaluation des remises commerciales (note 4.17) ;
- la détermination des montants inscrits en provisions pour risques et charges compte tenu des aléas susceptibles d'affecter l'occurrence et le coût des événements constituant le sous-jacent de la provision.

3.4 PRINCIPES DE PRÉSENTATION

■ PRÉSENTATION DU COMPTE DE RESULTAT

Le Groupe présente le compte de résultat par nature comme le permet la norme IAS 1 - *Présentation des états financiers*.

Le résultat opérationnel correspond au résultat net consolidé avant prise en compte :

- des produits financiers ;
- des charges financières ;
- des impôts sur le résultat ;
- de la part de résultat dans les sociétés associées ;
- du résultat net des activités en cours de cession.

En application de l'IFRS 5, les activités cédées ou en cours de cession sont présentées sur une ligne distincte au compte de résultat des périodes publiées.

■ PRÉSENTATION DU BILAN

Conformément à IAS 1, le Groupe présente distinctement au bilan les actifs courants et non courants, et les passifs courants et non courants. Compte tenu des activités du Groupe, cette classification est réalisée sur la base du délai de réalisation de l'actif ou de règlement du passif : en courant lorsque ce délai est compris dans le cycle d'exploitation et en non courant dans le cas inverse.

En application de l'IFRS 5, les activités cédées ou en cours de cession sont présentées sur une ligne distincte au bilan des périodes publiées.

■ PRÉSENTATION DES ACTIFS ET PASSIFS ÉVENTUELS

Les engagements donnés sur achats de droits sont exprimés nets des avances et acomptes versés à ce titre pour les droits correspondants non encore enregistrés en stocks.

3.5 OPTIONS RETENUES EN MATIÈRE D'ÉVALUATION ET DE COMPTABILISATION DES ACTIFS ET PASSIFS

Certaines normes comptables internationales prévoient des options en matière d'évaluation et de comptabilisation des actifs et passifs.

Dans ce cadre, le Groupe a ainsi retenu :

- la méthode de comptabilisation des stocks à leur coût initial ;
- la méthode d'évaluation au coût historique des immobilisations corporelles et incorporelles et n'a pas choisi de réévaluer ses immobilisations corporelles et incorporelles à chaque date de clôture ;

- de conserver une consolidation des entités contrôlées conjointement selon la méthode de consolidation proportionnelle, comme le prévoit la norme IAS 31 - *Participations dans les coentreprises* ;
- l'option de mise à juste valeur par résultat, conformément à l'amendement de l'IAS 39.

Enfin, en l'absence de normes ou interprétations applicables à une transaction spécifique, la direction du Groupe fait usage de jugements pour définir et appliquer les principes et méthodes comptables qui permettront d'obtenir des informations pertinentes et fiables, de sorte que les états financiers :

- présentent une image fidèle de la situation financière, de la performance financière et des flux de trésorerie du Groupe ;
- traduisent la réalité économique des transactions ;
- soient neutres ;
- soient prudents ;
- et soient complets dans tous leurs aspects significatifs.

4. PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

4.1 PRINCIPES DE CONSOLIDATION

■ FILIALES

La méthode de l'intégration globale est appliquée aux états financiers des filiales que Métropole Télévision contrôle de manière exclusive. Les acquisitions ou cessions de sociétés intervenues en cours d'exercice sont prises en compte dans les états financiers consolidés à partir de la date de prise du contrôle ou jusqu'à la date de perte du contrôle effective. La méthode de l'intégration globale mise en œuvre est celle par laquelle les actifs, passifs, produits et charges sont entièrement intégrés. La quote-part de l'actif net et du bénéfice net attribuable aux actionnaires minoritaires est présentée distinctement en tant qu'intérêts minoritaires dans les capitaux propres au bilan consolidé et au compte de résultat consolidé.

■ COENTREPRISES

Les sociétés sous contrôle conjoint (le contrôle conjoint est le partage du contrôle d'une entreprise exploitée en commun par un nombre limité d'associés ou d'actionnaires de sorte que les décisions financières et opérationnelles résultent de leur accord) sont consolidées par intégration proportionnelle, conformément à

l'IAS 31 - *Information financière relative aux participations dans les coentreprises*, qui maintient cette possibilité.

Selon cette méthode, le Groupe inclut sa quote-part dans les actifs, passifs, produits et charges de la filiale dans les postes appropriés des états financiers consolidés.

■ ENTREPRISES ASSOCIÉES

La mise en équivalence s'applique à toutes les entreprises associées dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable. L'influence notable est présumée quand le pourcentage de droits de vote est supérieur ou égal à 20%. Selon cette méthode, le Groupe comptabilise au bilan le montant de sa quote-part dans l'actif net de l'entreprise associée et enregistre sur une ligne spécifique du compte de résultat consolidé intitulée « Part dans les sociétés associées » sa quote-part du résultat net de l'entreprise consolidée par mise en équivalence.

■ TRANSACTIONS ÉLIMINÉES EN CONSOLIDATION

Toutes les opérations ainsi que les comptes réciproques entre les sociétés consolidées du Groupe sont éliminées en totalité pour les filiales. Dans le cas de sociétés consolidées selon la méthode de l'intégration proportionnelle, les transactions réciproques sont

éliminées à hauteur de la quote-part d'intérêt du Groupe dans ces sociétés.

L'existence et l'effet des droits de vote potentiels exerçables ou convertibles à la date de clôture sont pris en considération dans le cadre de la détermination du contrôle ou de l'influence notable exercé sur l'entité.

■ ACTIVITÉS EN COURS DE CESSION

L'incidence sur le bilan et le compte de résultat des activités en cours de cession correspond aux comptes consolidés de l'activité en cours de cession, et aux effets des éliminations des transactions intragroupe des activités poursuivies vis-à-vis de l'activité en cours de cession.

■ DATES D'ARRÊTÉS

Toutes les sociétés consolidées clôturent leur exercice au 31 décembre.

4.2 CONVERSION DES ÉTATS FINANCIERS DES ENTITÉS ÉTRANGÈRES CONSOLIDÉES

La devise de présentation des comptes consolidés est l'euro. Toutes les filiales, coentreprises et entreprises associées étrangères du Groupe ont l'euro comme monnaie fonctionnelle.

4.3 OPÉRATIONS EN DEVICES ÉTRANGÈRES

Les opérations en monnaies étrangères sont initialement enregistrées dans la monnaie fonctionnelle (l'euro) en utilisant le cours de change au jour de la transaction, en application d'IAS 21 - *Effets des variations des cours des monnaies étrangères*.

À la date de clôture, les actifs et passifs monétaires libellés en devises étrangères sont convertis dans la monnaie fonctionnelle au taux de change en vigueur à la date de clôture. Tous les écarts sont enregistrés dans le compte de résultat. Les éléments non monétaires en monnaies étrangères qui sont évalués au coût historique sont convertis au cours de change à la date de transaction initiale.

La comptabilisation des écarts de change résultant de la conversion des actifs et passifs libellés en monnaie étrangères de transactions commerciales s'effectue dans le résultat opérationnel. Pour les transactions financières ces mêmes écarts de change figurent en résultat financier.

Le traitement des couvertures de change est précisé en note 4.16.

4.4 REGROUPEMENTS D'ENTREPRISES ET GOODWILL

Les regroupements d'entreprises sont comptabilisés conformément à IFRS 3 - *Regroupements d'entreprises*.

Dans ce cadre, les goodwill représentent la différence entre le prix d'acquisition, majoré des coûts annexes, des titres des sociétés consolidées et la part du Groupe dans la juste valeur de leurs actifs nets diminués des passifs éventuels à la date des prises de participation, au terme d'une période d'évaluation de cette juste valeur pouvant atteindre douze mois suivant la date d'acquisition.

Lorsque le prix d'acquisition, majoré des coûts annexes, est inférieur à la juste valeur des actifs et passifs identifiés et passifs éventuels acquis, l'écart est immédiatement reconnu en résultat.

Affectés à chacune des Unités Génératrices de Trésorerie, les goodwill ne sont pas amortis. Ils font l'objet de tests de perte de valeur dès l'apparition d'indices de pertes de valeur et au minimum une fois par an (voir note 4.7).

Lors de son passage aux normes IFRS en 2005, le Groupe a retenu l'option offerte par IFRS 1 - *Première adoption des IFRS* de ne pas retraiter ses regroupements d'entreprises antérieurs au 1^{er} janvier 2004 qui seraient non conformes aux prescriptions d'IFRS 3 - *Regroupements d'entreprises*.

Les goodwill antérieurs au 1^{er} janvier 2004 ont été figés à leur valeur nette comptable établie à cette date et ne sont plus amortis, conformément à IFRS 3, à compter de cette date.

4.5 IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles comprennent principalement :

- des avances et acomptes sur immobilisations ;
- des droits audiovisuels détenus par les sociétés ayant comme objet social leur commercialisation ;
- des parts coproducteur de fictions, de longs métrages et autres ;
- des coûts d'acquisition des joueurs de clubs sportifs ;
- des logiciels ;
- des marques.

■ AVANCES ET ACOMPTES SUR IMMOBILISATIONS

Sont comptabilisés en avances et acomptes, les acomptes versés :

- sur les droits audiovisuels non ouverts détenus en vue de leur commercialisation ;
- sur les coproductions en attente d'acceptation technique ou de visa d'exploitation.

■ DROITS AUDIOVISUELS

Les droits audiovisuels, regroupant des droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques, achetés avec ou sans minimum garanti, en vue de leur commercialisation (distribution, négoce), produits ou coproduits, sont comptabilisés en immobilisations incorporelles en conformité avec l'IAS 38 - *Immobilisations incorporelles*.

La méthode d'amortissement d'un actif doit refléter le rythme selon lequel les avantages générés par cet actif sont consommés. C'est pourquoi les droits audiovisuels :

- sont amortis au rythme des recettes générées rapportées aux recettes totales estimées, et au minimum amortis sur la durée de vie du contrat plafonnée :
 - à 3 ans si la société a le régime distributeur,
 - à 5 ans si la société a le régime négociant ;
- font l'objet, en conformité avec IAS 36 - *Dépréciation d'actifs* (voir note 4.7), d'un test de dépréciation, qui peut conduire à constater une perte de valeur lorsque la valeur comptable du droit est supérieure à sa valeur recouvrable.

■ COPRODUCTIONS DE FILMS CINÉMATOGRAPHIQUES, FICTIONS ET AUTRES

Les parts de coproducteurs sont inscrites en autres immobilisations incorporelles et amorties à hauteur des perspectives de recettes futures ou linéairement sur trois ans si les recettes futures anticipées sont insuffisantes.

En application de l'IAS 20 - *Comptabilisation des subventions publiques et informations à fournir sur l'aide publique*, les subventions reçues du Centre national de cinématographie (CNC) sont comptabilisées en réduction du coût d'acquisition des actifs de coproductions financés, et en conséquence sont comptabilisées en résultat en fonction du rythme de consommation des avantages économiques attendus des coproductions tel que défini précédemment.

■ COÛT D'ACQUISITION DES JOUEURS DE CLUBS SPORTIFS

En application de l'IAS 38 - *Immobilisations incorporelles*, les achats de joueurs de clubs sportifs sont comptabilisés en immobilisations incorporelles à leur coût d'acquisition et amortis linéairement sur la durée de leurs contrats.

La valeur recouvrable est également appréciée en conformité avec la norme IAS 36 - *Dépréciation d'actifs* (voir note 4.7).

■ LOGICIELS INFORMATIQUES

Les logiciels informatiques achetés ou développés en interne sont comptabilisés à leur coût d'acquisition ou de production. Ils sont

amortis linéairement sur leur durée d'utilité, laquelle n'excède pas quatre ans.

■ MARQUES

Seules les marques individualisables et de notoriété reconnue sont inscrites à l'actif dans le cadre de regroupements d'entreprise et de l'allocation du prix d'acquisition qui en résulte.

Les marques sont comptabilisées à leur juste valeur, celle-ci étant estimée sur la base des méthodes usuelles de valorisation des marques.

Quand ces marques ont une durée de vie définie, à savoir qu'il est attendu qu'au terme d'une période déterminée elles ne seront plus exploitables, elles sont en conséquence amorties linéairement sur cette durée de vie.

Les marques ayant une durée de vie indéfinie ne sont pas amorties. Dans tous les cas, les marques font l'objet de tests de dépréciations en conformité avec IAS 36 - *Dépréciation d'actifs*.

4.6 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition, diminué des amortissements cumulés et des pertes de valeur, selon le traitement de référence de la norme IAS 16 - *Immobilisations corporelles*. Ce coût comprend les frais directement attribuables au transfert de l'actif jusqu'à son lieu d'exploitation et à sa mise en état afin de permettre son exploitation de la manière prévue par la direction.

■ AMORTISSEMENTS

L'amortissement est calculé en fonction des rythmes de consommation des avantages économiques attendus par élément d'actif sur la base du coût d'acquisition, sous déduction d'une valeur résiduelle.

Le mode linéaire est retenu sur les durées d'utilité suivantes :

- Constructions 25 ans
- Installations générales, mobilier de bureau 10 ans
- Matériel informatique 4 ans
- Matériel de bureau et matériel technique 3 à 5 ans

Les durées d'utilité des immobilisations corporelles sont revues annuellement et peuvent être modifiées prospectivement selon les circonstances.

■ VALEUR RÉSIDUELLE

La valeur résiduelle d'un actif est le montant estimé que le Groupe obtiendrait actuellement de la sortie de l'actif, après déduction des

coûts de sortie estimés, si l'actif avait déjà l'âge et se trouvait déjà dans l'état prévu à la fin de sa durée d'utilité.

La valeur résiduelle d'un actif peut augmenter jusqu'à atteindre ou excéder la valeur comptable de l'actif. Dans ce cas, la dotation à l'amortissement de l'actif est nulle, à moins que la valeur résiduelle de l'actif ne baisse ensuite jusqu'à un montant inférieur à sa valeur comptable.

■ PERTES DE VALEUR

Les immobilisations corporelles font l'objet de tests de perte de valeur dès lors qu'un indice de perte de valeur est identifié. Le cas échéant, une dépréciation est comptabilisée au compte de résultat dans la rubrique «Dotations aux amortissements et aux provisions (nettes de reprises)».

■ CONTRATS DE LOCATION

Les biens acquis en location-financement sont immobilisés lorsque les contrats de location ont pour effet de transférer au Groupe la quasi-totalité des risques et avantages inhérents à la propriété de ces biens. Ils sont comptabilisés au bilan au plus bas de leur juste valeur et de la valeur actualisée des paiements minimaux au titre de la location, diminuée des amortissements cumulés et des pertes de valeur. Ces actifs sont amortis sur leur durée prévue d'utilisation.

Les contrats de location dans lesquels les risques et avantages ne sont pas transférés au Groupe sont classés en location simple. Les paiements au titre des locations simples sont comptabilisés en charges de façon linéaire sur la durée du contrat.

4.7 DÉPRÉCIATIONS D'ACTIFS

Selon la norme IAS 36 - *Dépréciation d'actifs*, la valeur recouvrable des immobilisations corporelles et incorporelles amorties est testée dès l'apparition d'indices de pertes de valeur.

La valeur recouvrable des immobilisations incorporelles non amorties est testée dès l'apparition d'indices de pertes de valeur et au minimum une fois par an.

La valeur recouvrable est déterminée pour chaque actif isolé, sauf si cet actif ne génère pas d'entrées de trésorerie largement indépendantes de celles générées par d'autres actifs ou groupes d'actifs. Dans ce cas, la valeur recouvrable de l'Unité Génératrice de Trésorerie à laquelle l'actif appartient est déterminée.

L'Unité Génératrice de Trésorerie est le plus petit groupe d'actifs qui inclut l'actif et qui génère des entrées de trésorerie largement indépendantes des entrées de trésorerie générées par d'autres actifs ou groupes d'actifs.

Spécifiquement, pour les joueurs de club sportif, la valeur recouvra-

ble de ces actifs incorporels est testée séparément, joueur par joueur, et au niveau de l'effectif global des joueurs évoluant en Ligue 1.

Les goodwill et les immobilisations incorporelles auxquelles il n'est pas possible de rattacher directement des flux de trésorerie indépendants sont regroupés au moment de leur première comptabilisation à l'Unité Génératrice de Trésorerie à laquelle ils appartiennent.

Une dépréciation est comptabilisée lorsque, du fait d'événements ou de circonstances intervenues au cours de la période (critères internes ou externes), la valeur recouvrable de l'actif ou groupes d'actifs est inférieure à leur valeur nette comptable.

Cette valeur recouvrable est la plus élevée de la juste valeur nette des coûts de sortie et de la valeur d'utilité.

La valeur d'utilité retenue par le Groupe correspond aux flux de trésorerie actualisés des UGT incluant les goodwill et est déterminée dans le cadre des hypothèses économiques et des conditions d'exploitation prévisionnelles retenues par la Direction de Métropole Télévision de la façon suivante :

- les flux de trésorerie futurs sont issus du plan d'affaires à moyen terme (5 ans) élaboré par la direction ;
- au-delà de cet horizon, les flux sont extrapolés par application d'un taux de croissance perpétuelle en accord avec le potentiel de développement des marchés sur lesquels opère l'entité concernée, ainsi qu'avec sa position concurrentielle sur ces marchés ;
- le taux d'actualisation retenu des flux est déterminé en utilisant des taux appropriés à la nature des activités et des pays. Il intègre, outre la valeur temps de l'argent, les risques spécifiques de l'UGT pour lesquels les estimations de flux de trésorerie n'ont pas été ajustées.

Lorsque la valeur recouvrable d'une Unité Génératrice de Trésorerie comportant un goodwill est inférieure à sa valeur comptable, la perte de valeur comptabilisée est affectée prioritairement au goodwill. La dépréciation des goodwill est enregistrée au compte de résultat en « Pertes de valeurs des actifs non amortissables ».

4.8 ACTIFS FINANCIERS DISPONIBLES À LA VENTE, AUTRES ACTIFS FINANCIERS ET PASSIFS FINANCIERS

■ ACTIFS FINANCIERS

Conformément aux préconisations de la norme IAS 39 - *Instruments Financiers, Comptabilisation et Évaluation*, les titres des sociétés non consolidées appartiennent à la catégorie des actifs disponibles à la vente. Ils sont initialement enregistrés à leur juste valeur correspondant au coût d'acquisition d'origine, puis réévalués

à chaque clôture à leur juste valeur.

Les actifs suivants font l'objet d'un test de dépréciation à chaque arrêté :

- prêts et créances émis par l'entreprise et actifs détenus jusqu'à l'échéance (lorsqu'il existe une indication objective de dépréciation, le montant de la perte de valeur est comptabilisé en résultat) ;
- actifs disponibles à la vente : les variations de juste valeur sont comptabilisées en capitaux propres (« Autres réserves ») jusqu'à la cession effective des titres ou la constatation d'une dépréciation durable.

Les actifs financiers évalués à la juste valeur par résultat recouvrent :

- les actifs considérés comme détenus à des fins de transaction, qui comprennent les actifs que la société a l'intention de revendre dans un terme proche afin de réaliser une plus-value, qui appartiennent à un portefeuille d'instruments financiers gérés ensemble, et pour lesquels il existe une pratique de cession à court terme (principalement trésorerie et équivalents et autres actifs financiers de gestion de trésorerie) ;
- les actifs désignés explicitement par le Groupe lors de leur reconnaissance initiale comme des instruments financiers dont la variation de juste valeur est enregistrée en résultat. Cette qualification est retenue quand elle permet d'obtenir une meilleure information financière et contribue à la cohérence des états financiers.

■ PASSIFS FINANCIERS

Les passifs financiers évalués à la juste valeur par le biais du compte de résultat ont pour finalité la réalisation d'un bénéfice en lien avec les fluctuations de prix à court terme. Il ne peut s'agir que de dettes résultant de ventes à découvert de titres ou d'autres actifs financiers ou de dérivés qui ne sont pas des dérivés de couverture.

Les autres passifs financiers sont évalués au coût amorti, à l'exception des instruments financiers dérivés qui font, quant à eux, l'objet d'une évaluation à la juste valeur.

Les instruments dérivés relatifs à des flux de trésorerie sont évalués à la juste valeur à chaque arrêté, et la variation de juste valeur de la part inefficace de la couverture est enregistrée en résultat.

4.9 IMPÔTS DIFFÉRÉS

Conformément à la norme IAS 12 - *Impôts sur le résultat* et selon l'approche bilancielle de la méthode du report variable, des impôts différés sont constatés sur les différences temporelles entre les valeurs comptables d'actifs et des passifs et leurs bases fiscales, ainsi que sur les déficits fiscaux.

Les actifs et passifs d'impôts différés sont évalués aux taux d'impôt dont l'application est attendue sur l'exercice au cours duquel l'actif sera réalisé ou le passif réglé, sur la base des taux d'impôts qui ont été votés à la date de clôture.

S'agissant des participations dans les filiales, coentreprises et entreprises associées, un passif d'impôt différé est comptabilisé pour toute différence temporelle imposable entre la valeur comptable des titres et leur base fiscale, sauf si le Groupe contrôle la date à laquelle cette différence temporelle (par exemple, distribution de dividendes) se renversera et s'il est probable que cette différence ne se renversera pas dans un avenir prévisible.

Conformément à la norme IAS 12, les actifs et passifs d'impôts différés ne sont pas actualisés et sont compensés lorsqu'ils se rapportent à une même entité fiscale.

4.10 STOCKS

Les stocks sont constitués de programmes et droits de diffusion et de marchandises.

■ PROGRAMMES ET DROITS DE DIFFUSION

En conformité avec l'IAS 2, les programmes et droits de diffusion sont inscrits en stocks à la date d'ouverture des droits.

Les droits non ouverts et non encore facturés sont classés en engagements hors bilan.

La partie facturée des droits non ouverts est quant à elle constatée en avances et acomptes.

Les programmes et droits de diffusion sont valorisés à leurs coûts d'acquisition, diminués à la clôture de chaque exercice, des consommations calculées suivant les modalités ci-après.

Les programmes de Métropole Télévision (qui constituent la part prépondérante des stocks de droits de diffusion du Groupe) sont réputés consommés lors de leur diffusion, selon les règles suivantes :

- droits acquis pour une seule diffusion et droits divers (documentaires, concerts, événements sportifs...) : 100% de la valeur à la première diffusion ;
- droits acquis pour plusieurs diffusions :
 - 1^{re} diffusion : 67%
 - 2^e diffusion : 33%

Les droits dont la diffusion est improbable font l'objet d'une dépréciation sur la base d'une revue titre par titre du portefeuille de droits de diffusion.

■ AUTRES STOCKS

Ces stocks sont constitués des produits et marchandises liés aux activités de diversification du Groupe. Ces stocks sont évalués au plus faible de leur coût d'entrée et de leur valeur nette de réalisation correspondant au prix de vente estimé, diminué des coûts estimés nécessaires pour réaliser la vente.

Une dépréciation est constituée lorsque leur valeur nette de réalisation est inférieure à leur coût de revient, mesurée au cas par cas (rotation lente, stocks contre remboursement, retours...).

4.11 CRÉANCES D'EXPLOITATION

Lorsque leur échéance de règlement est inférieure à un an et que les effets d'actualisation ne sont pas significatifs, les créances sont évaluées au coût (montant nominal de la créance). À l'inverse, elles sont évaluées à leur coût amorti, avec utilisation du taux d'intérêt effectif, lorsque leur échéance de règlement est supérieure à un an et que les effets de l'actualisation sont significatifs.

Une dépréciation individuelle est calculée pour chaque créance dès lors qu'il existe des éléments qui remettent en cause la possibilité par le débiteur de rembourser la totalité de sa créance dans les délais contractuellement prévus. Le montant de la dépréciation correspond à la différence entre la valeur actualisée au taux d'intérêt effectif initial (le cas échéant) des flux de trésorerie futurs estimés et la valeur comptable de la créance.

4.12 ACTIONS PROPRES

Les achats d'actions propres sont enregistrés en diminution des capitaux propres sur la base de leur coût d'acquisition.

Lors de la cession d'actions propres, les gains et pertes sont inscrits dans les réserves consolidées pour leurs montants nets d'impôt.

4.13 RÉMUNÉRATIONS EN ACTIONS

Conformément à la norme IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions*, les options d'achat et de souscription d'actions portant sur les actions Métropole Télévision ou des filiales accordées aux salariés du Groupe sont évaluées à leur juste valeur à la date d'octroi. La norme s'applique également aux plans d'attributions d'actions gratuites.

La norme IFRS 2 impose la comptabilisation d'une charge (par contrepartie des capitaux propres) au titre de la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés dans le cadre des programmes de

« stock-options » ou l'attribution gratuite d'actions. Cette charge est reconnue dans les charges de personnel tout au long de la période d'acquisition des droits par les bénéficiaires (entre la date d'octroi et la date d'acquisition, autrement désignée comme période d'indisponibilité), correspondant à la durée effective des plans d'attribution mis en place.

La juste valeur de l'avantage est mesurée sur la base du modèle mathématique binomial pour les plans d'options d'achat et de souscription d'actions.

Pour les plans d'attribution d'actions gratuites, elle s'apprécie comme la valeur de marché de l'action à la date d'attribution diminuée des dividendes attendus au cours de la période d'indisponibilité.

Lors de son passage aux normes IFRS et conformément aux dispositions d'IFRS 1, le Groupe n'a pris en compte dans son évaluation de la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés que les plans octroyés après le 7 novembre 2002 et dont les droits n'étaient pas encore acquis au 1^{er} janvier 2005.

4.14 ENGAGEMENTS DE RETRAITE ET AUTRES AVANTAGES AU PERSONNEL

Les engagements du Groupe dans le domaine des avantages postérieurs à la retraite s'inscrivent dans le cadre de régimes à prestations définies.

Pour l'évaluation de ces régimes, le Groupe utilise la méthode des unités de crédit projetées.

Le montant comptabilisé au bilan correspond au montant actualisé de l'obligation.

Les changements liés aux modifications périodiques des hypothèses actuarielles relevant de la situation financière, économique générale ou aux conditions démographiques (changement dans le taux d'actualisation, augmentations annuelles des salaires, rendement des actifs, durée d'activité...) sont reconnus dans le montant de l'engagement du Groupe, par la contrepartie du compte de résultat sur la durée résiduelle moyenne probable d'activité des salariés.

4.15 PROVISIONS

Conformément à la norme IAS 37 - *Provisions, passifs éventuels et actifs éventuels*, le Groupe comptabilise une provision lorsque, à la date de clôture de l'exercice, il a une obligation (juridique ou implicite) vis-à-vis d'un tiers résultant d'un événement passé dont il est probable que le règlement se traduise pour le Groupe par une sortie de ressources représentatives d'avantages économiques, et lorsque le montant de la perte ou du passif peut être évalué avec fiabilité.

Au cas où cette perte (ou ce passif) n'est ni probable ni ne peut être évaluée avec fiabilité mais demeure possible, le Groupe fait état d'un passif éventuel dans ses engagements.

Les provisions sont notamment destinées à couvrir les coûts probables que les procès ou litiges en cours, dont le fait générateur existait à la date de clôture, pourraient occasionner.

4.16 INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

Le Groupe M6 est exposé au risque de change principalement lors de ses achats de droits dans une devise étrangère. Pour se couvrir contre ce risque de change, le Groupe utilise des instruments dérivés simples lui garantissant un montant couvert et un cours de change maximal de couverture.

L'utilisation d'instruments dérivés par le Groupe n'a pour seul but que la couverture de flux liés à son activité ; le Groupe n'utilise pas d'instruments financiers à titre spéculatif.

■ DÉTERMINATION DE LA JUSTE VALEUR

Conformément aux normes IAS 32 - *Instruments Financiers - Présentation et Informations* et IAS 39 - *Instruments Financiers - Reconnaissance et Évaluation*, les instruments financiers dérivés sont évalués à la juste valeur. La juste valeur des contrats d'achats de devises à terme est calculée par référence aux taux de change à terme courants pour des contrats ayant des profils d'échéance similaires. La juste valeur des contrats d'échanges de taux d'intérêt est déterminée par référence aux valeurs de marché d'instruments similaires.

■ INSTRUMENTS FINANCIERS QUALIFIÉS DE COUVERTURE

Le Groupe a décidé d'appliquer, pour la plus grande partie de ces instruments dérivés, la comptabilité de couverture afin de réduire l'impact sur le résultat des couvertures mises en place.

Les principaux instruments de couverture autorisés dans le cadre de la politique de couverture du Groupe sont les suivants : terme sec, terme participatif, options de première génération, « swap » (de change ou de taux).

Les relations de couverture au sein du Groupe sont principalement de deux types.

Couverture de l'exposition aux variations de la juste valeur d'un actif ou d'un passif au bilan

Tout profit ou perte résultant de la réévaluation de l'instrument de couverture à la juste valeur est comptabilisé immédiatement au

compte de résultat.

Tout profit ou perte sur l'élément couvert attribuable au risque couvert vient modifier la valeur comptable de l'élément couvert et est comptabilisé au compte de résultat.

Il en résulte une comptabilisation symétrique des variations de juste valeur de l'élément couvert et de l'instrument de couverture pour la partie efficace de la couverture en résultat opérationnel courant. La part inefficace de la couverture est enregistrée en résultat financier.

Couverture de flux de trésorerie futurs

Il s'agit de couvrir l'exposition aux variations de flux de trésorerie qui sont attribuables soit à une transaction prévue soit à un engagement ferme.

Comptabilisation des variations de juste valeur de l'instrument financier pour la partie efficace en capitaux propres jusqu'à l'entrée au bilan de l'actif ou du passif. Au moment où l'élément couvert est comptabilisé et conduit à la reconnaissance d'un actif ou d'un passif, le montant enregistré en capitaux propres en est sorti et intégré dans l'évaluation initiale du coût d'acquisition de l'actif ou du passif. Pour la partie inefficace, les variations de valeur sont intégrées en résultat financier.

Pour toute autre couverture de flux de trésorerie, les montants comptabilisés directement dans les capitaux propres sont transférés dans le compte de résultat de l'exercice au cours duquel la transaction prévue ou l'engagement ferme a affecté le compte de résultat.

■ INSTRUMENTS FINANCIERS NON QUALIFIÉS DE COUVERTURE

Certains instruments financiers ne sont pas traités en comptabilité de couverture selon la définition de l'IAS 39, bien qu'ils constituent une couverture efficace dans la gestion des risques économiques. Les pertes et les profits provenant de la réévaluation des instruments financiers qui ne peuvent pas être pris en compte pour la comptabilité de couverture sont comptabilisés dans le compte de résultat de l'exercice.

4.17 CHIFFRE D'AFFAIRES

En conformité avec la norme IAS 18 - *Produits Des Activités Ordinaires*, le chiffre d'affaires réalisé par les différentes sociétés du Groupe est reconnu dès lors que :

- les avantages économiques résultant de la transaction bénéficieront au Groupe de manière probable ;
- le montant des revenus peut être mesuré d'une façon fiable ;
- à la date de transaction, il est probable que le montant de la vente sera recouvré.

Plus spécifiquement, les principes de reconnaissance du chiffre d'affaires par type d'activité sont les suivants :

- les recettes publicitaires sont comptabilisées au moment de la diffusion des écrans publicitaires ayant fait l'objet de la vente ; le chiffre d'affaires est reconnu net de remises commerciales ;
- la rémunération des chaînes numériques octroyée par les opérateurs du câble et du satellite qui les diffusent est calculée sur la base d'un prix par abonné ou sous la forme d'un forfait annuel ;
- les revenus des activités de diversifications sont appréhendés à la réalisation de la prestation ou à la livraison des produits ; ils sont comptabilisés nets de provisions pour retour ; ces revenus incluent également, le cas échéant, la contribution financière, facturée au client final, relative aux coûts unitaires supportés pour la collecte et l'élimination des déchets d'équipements électriques et électroniques (« écoparticipation ») ;
- les ventes des droits audiovisuels sont comptabilisées à la date d'ouverture des droits, essentiellement dans le cadre des ventes aux télévisions ; les autres ventes (salle, vidéo) sont reconnues en fonction des entrées ou à la livraison du matériel ;
- les revenus sportifs, tels que les droits de diffusion reversés par les organisateurs des compétitions, sont enregistrés à mesure de l'avancement de la saison sportive à l'exception des primes perçues au titre d'un classement à venir qui sont comptabilisées à la date où le classement est définitivement acquis ;
- les revenus de téléphonie mobile sont reconnus :
 - pour la partie corrélée au recrutement, le mois du recrutement d'un nouvel abonné et ajustés en fonction du taux d'attrition,
 - et, pour la partie corrélée aux revenus mensuels perçus par l'opérateur, étalés sur la durée de l'abonnement auquel les revenus perçus par le Groupe sont corrélés.

4.18 RÉSULTAT PAR ACTION

Conformément aux préconisations de la norme IAS 33 *Résultat par action*, le résultat de base par action est déterminé en divisant le résultat attribuable aux porteurs d'actions du Groupe par le nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation au cours de la période.

Le résultat net dilué par action est, quant à lui, calculé en retenant les instruments donnant un accès différé au capital du Groupe et ayant un effet dilutif. La dilution rattachée aux options d'achat et aux options de souscription d'actions est déterminée selon la méthode du rachat d'actions. Cette méthode permet de déterminer les actions non rachetées qui viennent s'ajouter aux actions ordinaires en circulation et qui constituent ainsi l'effet dilutif.

Les actions propres portées en diminution des capitaux propres consolidés ne sont pas prises en compte dans le calcul des résultats par action.

4.19 TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

La trésorerie se compose des liquidités en compte courant bancaire et des dépôts à vue.

Les équivalents de trésorerie se rapportent à des placements facilement convertibles en un montant de trésorerie, présentant un risque négligeable de changement de valeur et une maturité inférieure à trois mois.

À cet égard, les FCP et les SICAV monétaires détenus par le Groupe sont comptabilisés comme équivalents de trésorerie. Le Groupe détient exclusivement des FCP et des SICAV monétaires en euros, exposées à un risque de taux très limité et dont la volatilité sur douze mois est très proche de celle de l'Eonia.

4.20 TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE

Le tableau présente les flux réels liés à l'activité des sociétés présentes dans le périmètre de fin d'exercice. Il est établi en conformité avec l'IAS 7 - *Tableau des flux de trésorerie*.

■ FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES ACTIVITÉS OPÉRATIONNELLES

Les variations de stocks et de créances d'exploitation sont calculées nettes des variations des dépréciations sur actif circulant. De plus, afin de mettre en évidence l'effet de l'impôt sur la variation de trésorerie, la charge d'impôt est retraitée de la capacité d'autofinancement, et la variation de la dette d'impôt sur les sociétés est retraitée de la variation du besoin en fonds de roulement (BFR). Le décaissement effectif d'impôts sur les sociétés sur l'exercice est ainsi isolé sur une ligne spécifique.

■ FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DES OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENTS

Les effets sur la trésorerie des entrées et sorties de périmètre résultant d'acquisitions ou de cessions de sociétés (sauf activités en cours de cession) sont identifiés sur les lignes « trésorerie nette résultant d'acquisitions de filiales » et « trésorerie nette résultant des cessions de filiales ».

■ ACTIVITÉS EN COURS DE CESSIION

Les effets sur la trésorerie du Groupe des activités en cours de cession figurent sur une ligne distincte du tableau de financement, « Flux de trésorerie liés aux activités en cours de cession ».

5. ACTIVITÉS CÉDÉES OU EN COURS DE CESSION

Le résultat des activités cédées ou en cours de cession s'élève à 256,8 M€ et s'analyse comme la somme de la quote-part du Groupe dans le résultat de TPS arrêté au 31 août 2006 pour 14,3 M€ et de la plus-value d'apport de TPS à Canal+ France pour 242,5 M€.

La contribution de TPS se présente comme suit :

	2006		2005		2004
	Contribution TPS (34%)	Elimination des flux avec le Groupe et retraitements de consolidation	Activités en cours de cession	Activités en cours de cession	Activités en cours de cession
Chiffre d'affaires	135,2	(8,1)	127,1	194,8	185,4
Autres produits opérationnels	2,1	-	2,1	1,3	2,6
Charges opérationnelles	(121,7)	15,6	(106,1)	(187,4)	(187,4)
Résultat opérationnel	15,6	7,5	23,1	8,7	0,6
Produits/charges financières	(1,3)	-	(1,3)	(0,9)	(3,9)
Perte reconnue sur réévaluation de la juste valeur	-	-	-	-	-
Perte avant impôt liée à une activité en cours de cession	14,3	7,5	21,8	7,8	(3,3)
Impôt	(4,9)	(2,6)	(7,5)	(2,7)	1,2
Perte et gain de l'année sur activités en cours de cession	9,4	4,9	14,3	5,1	(2,1)

Le retraitement de consolidation se rapporte à la non comptabilisation des amortissements des actifs non courants de TPS sur la période.

La perte de contrôle de TPS étant intervenue avant le 31 décembre 2006, les éléments de bilan relatifs à TPS ne figurent plus au bilan consolidé 2006. Les éléments de bilan en 2005, regroupés sur une ligne d'actif et une ligne de passif, s'analysent comme suit :

	2005
Immobilisations incorporelles	95,0
Immobilisations corporelles	23,2
Autres actifs non courants	1,8
Actifs courants	79,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2,0
Actifs liés aux activités en cours de cession	201,8
Passifs non courants	35,1
Passifs courants	184,2
Passifs liés aux activités en cours de cession	219,3

Pour 2005 et 2006 le tableau de flux de trésorerie inclut une ligne spécifique, « Flux de trésorerie liés aux activités en cours de cession », constituée uniquement des encaissements et décaissements supportés par le Groupe en lien avec TPS.

Pour 2006, ces flux comprennent la ressource résultant de l'avance perçue de Vivendi, le coût de la recapitalisation de TPS et le règlement des frais occasionnés par la cession.

6. REGROUPEMENT D'ENTREPRISES

Toutes les affectations détaillées ci-après sont définitives.

6.1 ACQUISITIONS DE L'EXERCICE

Le 1^{er} mars 2006, le Groupe, à travers sa filiale M6 Éditions, a pris une participation de 50% dans le capital des mensuels gratuits *Femme en ville* et *Homme en ville*, dans le cadre d'une augmentation de capital.

Le 19 juillet 2006, le Groupe a acquis 100% des actions de la société Mandarin Films ainsi que son catalogue. Avec Mandarin Films, société de production cinématographique détentrice d'un catalogue de long-métrages, le Groupe renforce sa position dans l'activité de distribution de droits audiovisuels.

L'affectation des prix d'acquisition se rapportant à ces sociétés s'analyse comme suit :

Prix d'acquisition net de frais	12,7
<hr/>	
Valeur des actifs et passifs acquis (Part du Groupe)	
Situation nette au 1 ^{er} mars 2006	1,4
Activation des reports déficitaires et autres impôts différés actifs	0,4
Réévaluation de l'actif immobilisé	10,7
Réévaluation du besoin en fonds de roulement	4,4
Constatation des impôts différés passifs liés à ces réévaluations	(5,1)
Situations nettes réévaluées	11,8
Goodwill	0,9

6.2 SUIVI DES ACQUISITIONS RÉALISÉES EN 2005

Le Groupe a finalisé en 2006 les travaux d'affectation du prix d'acquisition de la société Mistergooddeal, achetée à hauteur de 95% le 15 novembre 2005. Dans ce cadre, et compte tenu de la reconnaissance dont jouit la marque Mistergooddeal parmi les sites marchands, il a été décidé d'affecter pour partie le prix d'acquisition à la marque Mistergooddeal.

Cette marque a été évaluée selon la méthode dite « *Relief from royalty* » (Flux de trésorerie résultant de l'utilisation de la marque).

L'horizon d'évaluation retenu est fini et correspond à une période de dix ans. Il en résulte que la marque Mistergooddeal est considérée comme amortissable sur dix ans.

Le taux d'actualisation retenu dans le cadre de l'évaluation de cette marque s'établit à 12%, soit le taux d'actualisation généralement retenu par le Groupe affecté à une prime de risque spécifique.

Il en résulte un ajustement du goodwill constaté au 31 décembre 2005 selon les modalités suivantes :

Goodwill au 31 décembre 2005	38,1
Affectation à la marque Mistergooddeal	9,5
Impôt différé	(3,2)
Autres variations	0,4
Goodwill au 31 décembre 2006	32,1

Les autres variations sont constituées :

- de la variation des intérêts minoritaires en 2006 ;
- de l'effet de l'actualisation de la dette née de la promesse d'achat des 5% résiduels.

6.3 IMPACT DES ACQUISITIONS ET CESSIIONS SUR 2006

Les impacts des acquisitions 2005 et 2006 sur le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel du Groupe s'analysent comme suit :

	2006		2005	
	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel	Chiffre d'affaires	Résultat opérationnel
Acquisitions				
Femmes en Ville	0,8	(0,4)	-	-
Mandarin Films	1,6	(0,2)	-	-
SNC	2,2	0,6	1,1	(0,2)
Citato	0,3	(1,1)	0,1	(0,2)
Mistergooddeal	100,8	2,9	13,2	0,4
Cessions				
RTL Shop et Home Travel Service	-	-	-	13,3
Impact total	105,7	1,7	14,4	13,3

7. INFORMATIONS SECTORIELLES

En application de la norme IAS 14 - *Information sectorielle*, le premier niveau d'information sectorielle est organisé par secteur d'activité. Cette distinction est fondée sur les systèmes internes d'organisation et la structure de gestion du Groupe.

■ RÉSULTAT

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

	Antenne M6			Chaînes Numériques			Diversifications et Droits Audiovisuels			Eliminations et résultats non affectés			Total		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004
Chiffre d'affaires hors Groupe	656,8	635,0	608,7	75,6	64,6	51,3	551,0	380,3	352,2	-	-	-	1 283,4	1 079,9	1 012,2
Chiffre d'affaires inter-segments	32,6	27,2	20,6	1,6	1,4	0,7	21,6	13,4	12,5	(55,9)	(41,9)	(33,8)	-	-	-
Chiffre d'affaires	689,4	662,2	629,3	77,2	66,0	52,0	572,6	393,7	364,7	(55,9)	(41,9)	(33,8)	1 283,4	1 079,9	1 012,2
Résultat opérationnel (EBITA) des activités poursuivies															
	183,0	201,3	208,7	(2,6)	(3,8)	(4,9)	51,2	25,6	9,8	(8,5)	(2,0)	(2,1)	223,0	221,1	211,4
Amortissements des marques	-	-	-	-	-	-	(0,9)	-	-	-	-	-	(0,9)	-	-
Perte de valeur des actifs non amortissables	-	-	-	(2,1)	-	(2,8)	(0,5)	(0,8)	(0,8)	-	-	-	(2,6)	(0,8)	(3,6)
Plus-value sur cessions d'immobilisations	-	-	-	-	-	-	-	13,3	-	-	-	-	-	13,3	-
Résultat opérationnel (EBIT) des activités poursuivies															
	183,0	201,3	208,7	(4,7)	(3,8)	(7,7)	49,7	38,0	9,0	(8,5)	(2,0)	(2,1)	219,5	233,6	207,8
Résultat financier													8,3	2,7	4,0
Part dans les sociétés mises en équivalence													-	-	(0,6)
Résultat avant impôt (EBT) des activités poursuivies													227,7	236,3	211,2
Impôt													(75,4)	(85,1)	(80,8)
Résultat net des activités poursuivies													152,3	151,2	130,4
Résultat net des activités en cours de cession (TPS)													256,8	5,1	(2,1)
Résultat net													409,1	156,3	128,3
Résultat net part du Groupe													408,5	156,2	128,8
Part des minoritaires													0,6	0,1	(0,5)

■ BILAN

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

	Antenne M6			Chaînes Numériques			Diversifications et Droits Audiovisuels		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004
Actif et Passif									
Actif du secteur	553,0	468,4	480,8	391,5	68,9	251,8	396,2	363,0	257,0
Actif non alloué	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Actif	553,0	468,4	480,8	391,5	68,9	251,8	396,2	363,0	257,0
Passif du secteur	372,3	318,6	303,6	76,1	57,0	253,5	306,4	259,4	235,4
Passif non alloué	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total Passif	372,3	318,6	303,6	76,1	57,0	253,5	306,4	259,4	235,4

Autres informations sectorielles

Investissements corporels et incorporels	12,2	37,1	(0,9)	0,4	1,8	(7,7)	42,6	46,7	-
Amortissements	(14,5)	(37,7)	(40,0)	(1,7)	(2,3)	(21,6)	(52,2)	(45,6)	(76,4)
Dépréciations	1,2	4,1	(20,2)	0,2	0,2	-	(8,8)	3,1	(18,3)
Provision pour dépréciation sur titres de participation	(0,4)	-	-	-	0,4	2,6	-	-	-

	Eliminations			Total des activités poursuivies			Activité en cours de cession			Total des activités		
	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004	2006	2005	2004
Actif et Passif												
Actif du secteur	(108,7)	(70,6)	(92,7)	1 232,1	829,7	896,9	-	201,8	-	1 232,1	1 031,5	896,9
Actif non alloué	-	-	-	373,9	358,8	338,2	-	-	-	373,9	358,8	338,2
Total Actif	(108,7)	(70,6)	(92,7)	1 606,0	1 188,5	1 235,1	-	201,8	-	1 606,0	1 390,3	1 235,1
Passif du secteur	(108,7)	(70,6)	(94,4)	646,1	564,4	698,1	-	219,3	-	646,1	783,7	698,1
Passif non alloué	-	-	-	158,8	102,3	96,1	-	-	-	158,8	102,3	96,1
Total Passif	(108,7)	(70,6)	(94,4)	804,9	666,7	794,2	-	219,3	-	804,9	886,0	794,2

Autres informations sectorielles

Investissements corporels et incorporels	-	-	-	55,2	85,6	(8,6)	-	11,2	-	55,2	96,8	(8,6)
Amortissements	-	-	-	(68,4)	(85,6)	(138,0)	-	(12,3)	-	(68,4)	(97,9)	(138,0)
Dépréciations	-	-	-	(7,4)	7,4	(38,5)	-	-	-	(7,4)	7,4	(38,5)
Provision pour dépréciation sur titres de participation	-	-	-	(0,4)	0,4	2,6	-	-	-	(0,4)	0,4	2,6

Les actifs non alloués correspondent aux disponibilités et autres actifs financiers du Groupe, ainsi qu'aux créances d'impôts.

Les passifs non alloués correspondent à l'endettement et autres passifs financiers du Groupe, ainsi qu'aux dettes d'impôts.

Le Groupe ne présente pas d'information sectorielle par zone géographique car n'ayant hors de France métropolitaine aucune activité significative.

8. AUTRES PRODUITS OPÉRATIONNELS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES

8.1 AUTRES PRODUITS OPÉRATIONNELS

Les autres produits opérationnels sont constitués à hauteur de 5 M€ des produits de subventions d'exploitation.

Jusqu'au 31 décembre 2005, les autres produits opérationnels incluaient la production immobilisée correspondant à l'immobilisation des charges encourues par le Groupe dans le cadre de la production des émissions et magazines d'information. L'actif ainsi constitué était amorti intégralement sur l'année.

À compter de 2006, les écritures d'activation (production immobilisée) et d'amortissements ne sont plus constatées et seules les charges de production sont inscrites en compte de résultat. Ce changement de présentation est sans impact résultat. Il contribue à réduire le niveau des autres produits opérationnels et celui des amortissements pour un montant de l'ordre de 19 M€.

Les autres montants sont non significatifs.

8.2 CONSOMMATIONS ET AUTRES CHARGES OPÉRATIONNELLES

	2006	2005	2004
Consommation de droits de diffusion et programmes de flux	(238,3)	(191,4)	(176,8)
Consommation de stocks de marchandises	(137,2)	(56,0)	(44,1)
Autres services extérieurs	(360,8)	(356,2)	(309,6)
Pertes de change opérationnelles	(0,2)	(2,2)	(2,5)
Autres charges	(4,5)	(22,8)	(47,5)
Consommations et autres charges opérationnelles	(741,1)	(628,5)	(580,6)

8.3 AMORTISSEMENT, DÉPRÉCIATION, DIFFÉRENCES DE CHANGE ET COÛTS DES STOCKS INCLUS DANS LES CHARGES OPÉRATIONNELLES

	2006	2005	2004
Amortissements et dépréciations des droits audiovisuels	(45,6)	(29,2)	(30,6)
Amortissements et dépréciations des parts producteurs	(7,3)	(24,5)	(8,3)
Amortissements et dépréciations des autres immobilisations incorporelles	(12,4)	(15,3)	(33,2)
Amortissement des immobilisations corporelles	(10,3)	(9,2)	(9,6)
Dépréciation des stocks de droits de diffusion	(0,1)	12,6	9,0
Autres dépréciations	(6,9)	(2,3)	0,9
Perte de valeur des goodwill	(2,6)	(0,8)	(3,6)
Total dotations (nettes des reprises)	(85,3)	(68,6)	(75,3)

8.4 CHARGES DE PERSONNEL ET EFFECTIFS

	2006	2005	2004
Salaires et traitements	(123,2)	(101,9)	(99,3)
Charges sociales	(51,4)	(42,9)	(40,0)
Participation et intéressement	(8,9)	(8,0)	(5,7)
Autres charges de personnel	(13,8)	(9,1)	(4,7)
Charges de personnel	(197,2)	(161,9)	(149,7)

Les autres charges de personnel incluent les dotations et reprises de la provision pour retraite ainsi que le coût des stock-options (IFRS 2).

L'effectif « équivalent temps plein » (ETP) des sociétés du Groupe intégrées globalement s'élève à 2 029 personnes en 2006, contre 1 760 en 2005 et 1 604 en 2004.

L'effectif ETP des coentreprises est stable, il s'élève à 22 personnes en 2006.

8.5 CHARGES FINANCIÈRES

	2006	2005	2004
Intérêts sur emprunts associés et banques	(1,9)	(0,3)	-
Intérêts capitalisés sur retraite	(0,2)	(0,4)	-
Réévaluation des instruments dérivés	(0,2)	-	(1,1)
Autres éléments financiers	(0,2)	(2,3)	0,7
Charges financières	(2,4)	(3,0)	(0,4)

8.6 PRODUITS DE LA TRÉSORERIE

	2006	2005	2004
Produits des placements	6,9	4,4	4,4
Divers produits d'intérêts	2,2	0,9	-
Réévaluation des instruments dérivés	0,4	0,2	-
Produit de cession des actifs financiers disponibles à la vente	0,8	-	-
Autres éléments financiers	0,4	0,1	-
Revenu financier	10,7	5,6	4,4

La progression du revenu financier est à mettre au crédit de l'évolution favorable des taux d'intérêt durant l'année 2006.

La cession des actifs financiers Newsweb a, quant à elle, généré un résultat positif de cession de 0,8 M€.

9. IMPÔT SUR LE RÉSULTAT

La société Métropole Télévision a déclaré se constituer, à compter du 1^{er} Janvier 1988, mère d'un Groupe au sens des dispositions des articles 223-a et suivants du CGI.

Toutes les sociétés françaises du Groupe soumises à l'IS et détenues à plus de 95% directement ou indirectement par Métropole Télévision sont intégrées fiscalement, à l'exception des sociétés acquises dans l'année, à savoir Mandarin Films.

Les composants de l'impôt sur les bénéfices sont les suivants :

	2006	2005	2004
<i>Impôt exigible :</i>			
Charge d'impôt exigible de l'exercice	(63,1)	(91,4)	(75,0)
<i>Impôt différé :</i>			
Naissance et renversement des différences temporelles	(12,4)	6,3	(5,8)
Impôt sur le résultat	(75,5)	(85,1)	(80,8)

Le taux d'imposition différé retenu pour 2006 est identique à 2005, à savoir 34,43%. Il était de 34,93% en 2004.

Les impôts différés liés aux ajustements par situation nette sont les suivants :

	2006	2005	2004
Réévaluation à la juste valeur des contrats de change	-	0,1	0,2
Réévaluation à la juste valeur des contrats de change (couverture de flux de trésorerie)	0,4	-	1,4
Dépréciation des actions propres	2,5	-	-
Total	2,9	0,1	1,6

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

	2006	2005	2004
Résultat net part du Groupe	408,5	156,2	128,8
Intérêts minoritaires	0,6	0,1	(0,5)
Profit ou perte après impôt des activités en cours de cession	256,8	5,1	(2,1)
Impôt sur le résultat	(75,5)	(85,1)	(80,8)
Part dans les sociétés associées	-	-	(0,6)
Perte de valeur des goodwill	(2,6)	(0,8)	(3,6)
Résultat des activités poursuivies avant impôt et perte de valeur des goodwill	230,4	237,1	215,4
Taux d'impôt théorique	34,43%	34,93%	35,43%
Charge d'impôt théorique	(79,3)	(82,8)	(76,3)
Éléments en rapprochement :			
Coût des stocks options	(3,2)	(1,4)	(0,9)
Autres différences permanentes	7,0	(0,9)	(3,6)
Charge nette d'impôt réel	(75,5)	(85,1)	(80,8)
Taux effectif d'impôt	32,77%	35,89%	37,51%

Les différences permanentes reconnues au cours du premier semestre se rapportent pour une majeure partie aux conséquences fiscales de réorganisations internes au Groupe.

Les sources d'impôt différé sont les suivantes aux 31 décembre :

	2006	2005	2004
Actifs d'impôts différés			
Immobilisations incorporelles	1,1	-	-
Autres actifs	3,7	3,1	0,4
Provisions non déductibles	14,8	20,9	24,2
Provision pour retraite (non déductible)	2,5	3,1	2,4
Charges à payer non déductibles	4,7	4,3	2,5
Instruments financiers	0,4	-	1,6
Reports déficitaires	1,3	1,7	0,3
Divers	-	-	-
Impact des compensations bilancielle d'actifs et de passifs d'impôts différés	(6,1)	(3,0)	-
Total	22,3	30,1	31,4
Passifs d'impôts différés			
Catalogues SNC et Mandarin Films	(8,8)	(4,8)	-
Marque Mistergooddeal	(2,8)	-	-
Immobilisations incorporelles	(4,3)	(1,9)	-
Amortissement dérogatoire	(1,9)	(1,6)	(0,7)
Plus-value de cession TPS	(4,3)	-	-
Dépréciation des actions propres	(2,5)	-	-
Pertes RTL Shop	-	-	(2,5)
Actifs joueurs du FC des Girondins de Bordeaux	-	-	(2,2)
Divers	(1,2)	(0,1)	(0,8)
Impact des compensations bilancielle d'actifs et de passifs d'impôts différés	6,1	3,0	-
Total	(19,7)	(5,4)	(6,2)

Le montant cumulé des déficits reportables des sociétés du Groupe s'élève à 36,8 M€ au 31 décembre 2006 et concerne Paris Première, Femmes en Ville, certaines filiales du groupe HSS, Citato, Mistergooddeal et Live Stage.

Les déficits ayant fait l'objet d'une activation sous forme d'un impôt différé actif s'élèvent au 31 décembre 2006 à 3,8 M€.

Au 31 décembre 2006, aucun passif d'impôt différé n'a été comptabilisé pour des impôts qui seraient dus sur les résultats non distribués de certaines filiales, entreprises associées ou coentreprises du Groupe.

Le paiement de dividendes par le Groupe à ses actionnaires n'a pas de conséquence fiscale.

10. RÉSULTAT PAR ACTION

	2006	2005	2004
Bénéfice net attribuable aux actionnaires	408,5	156,2	128,8
Perte ou bénéfice attribuable au titre des activités en cours de cession	256,8	5,1	(2,1)
Bénéfice net attribuable aux actionnaires au titre des activités poursuivies	151,7	151,1	130,9
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) pour le résultat de base par action	131 534 003	131 042 580	130 741 455
Nombre total d'options émises (y compris non dilutives)	4 109 189	3 156 308	3 307 305
Nombre d'actions à rajouter pour constater l'effet de dilution	901 796	417 723	1 926 690
Nombre moyen pondéré (hors actions propres) ajusté de l'effet de dilution*	132 435 800	131 460 303	132 668 145
Résultat net par action (en euros)	3,106	1,192	0,985
Résultat net par action des activités poursuivies (en euros)	1,154	1,153	1,001
Résultat net dilué par action (en euros)	3,085	1,188	0,971
Résultat net dilué par action des activités poursuivies (en euros)	1,146	1,149	0,987

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

Pour l'exercice clos le 31 décembre 2006, le calcul du résultat dilué par action ordinaire ne tient pas compte de certaines options sur actions en cours visant 2,2 millions d'options. Celles-ci sont en effet considérées comme antidilutives, leur prix d'exercice étant supérieur au cours de clôture des actions ordinaires.

11. DIVIDENDES VERSÉS ET PROPOSÉS

	2006	2005	2004
Déclarés et versés au cours de l'exercice	125,0	110,0	86,2
Dividende versé par action ordinaire (en euros)	0,95	0,84	0,67
Proposé pour approbation à l'AGM	125,3	125,3	110,8
Dividende versé par action ordinaire (en euros)	0,95	0,95	0,84

12. IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Au 31 décembre 2006, les immobilisations corporelles s'élevaient à 61,3 M€ dont 41,1 M€ se rapportant aux bâtiments et au terrain, dont le siège social du Groupe.

En application de IAS 16 - *Immobilisations corporelles - Montant amortissable et durée d'amortissement*, la valeur résiduelle des immeubles détenus par le Groupe étant supérieure à leur valeur nette comptable, leur amortissement a été suspendu en cours d'exercice. Les amortissements comptabilisés en 2006 au titre de ces immeubles s'élevaient à 3,3 M€.

	Terrain	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 2005
Au 1^{er} janvier 2005, net des dépréciations et des amortissements	7,8	37,0	8,6	31,7	1,7	86,8
Acquisitions	-	1,0	5,8	11,2	0,4	18,4
Actif inclus dans des activités en cours de cession (brut)	-	-	(0,1)	(117,4)	(0,7)	(118,3)
Acquisitions de filiales (brut)	-	1,0	0,1	0,3	-	1,4
Cessions	-	-	(2,0)	(7,1)	(0,9)	(10,0)
Dotations d'amortissements 2005	-	(2,9)	(3,4)	(13,9)	-	(20,1)
Amortissements inclus dans des activités en cours de cession	-	-	0,1	95,0	-	95,1
Amortissements des acquisitions de filiales	-	(0,1)	(0,1)	(0,2)	-	(0,3)
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	1,9	6,8	-	8,7
Au 31 décembre 2005, net des dépréciations et des amortissements	7,8	36,1	10,9	6,4	0,6	61,8
Au 1^{er} janvier 2005						
Coût ou juste valeur	7,8	56,6	40,2	134,9	1,7	241,3
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	(19,7)	(31,6)	(103,2)	-	(154,5)
Montant net	7,8	37,0	8,6	31,7	1,7	86,8
Au 31 décembre 2005						
Coût ou juste valeur	7,8	58,7	43,9	23,7	0,6	134,7
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	(22,6)	(33,0)	(17,3)	-	(72,9)
Montant net	7,8	36,1	10,9	6,4	0,6	61,8
	Terrain	Constructions	Installations techniques	Autres immobilisations corporelles	Immobilisations en cours	Total 2005
Au 1^{er} janvier 2006, net des dépréciations et des amortissements	7,8	36,1	10,9	6,4	0,6	61,8
Acquisitions	-	0,5	5,5	3,3	1,5	10,8
Actif inclus dans des activités en cours de cession (brut)	-	-	-	-	-	-
Acquisitions de filiales (brut)	-	-	-	-	-	-
Cessions	-	(0,1)	(2,9)	(1,8)	-	(4,8)
Dotations d'amortissements 2006	-	(3,3)	(4,2)	(3,2)	-	(10,7)
Amortissements inclus dans des activités en cours de cession	-	-	-	-	-	-
Amortissements des acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-
Reprises d'amortissements sur cessions	-	-	2,8	1,3	-	4,1
Au 31 décembre 2006, net des dépréciations et des amortissements	7,8	33,3	12,1	6,0	2,1	61,3
Au 1^{er} janvier 2006						
Coût ou juste valeur	7,8	58,7	43,9	23,7	0,6	134,7
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	(22,6)	(33,0)	(17,3)	-	(72,9)
Montant net	7,8	36,1	10,9	6,4	0,6	61,8
Au 31 décembre 2006						
Coût ou juste valeur	7,8	59,1	46,5	25,2	2,1	140,8
Cumul des amortissements et des dépréciations	-	(25,9)	(34,4)	(19,2)	-	(79,5)
Montant net	7,8	33,3	12,1	6,0	2,1	61,3

13. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les droits audiovisuels regroupent les droits cinématographiques, télévisuels et vidéographiques et les minimums garantis.

Le prix d'acquisition de Mandarin Films et de son catalogue d'œuvres cinématographiques a été affecté à hauteur de 10,7 M€ aux droits audiovisuels (voir note 6.2). L'amortissement complémentaire en résultant est enregistré sur la ligne des dotations d'amortissements.

Le prix d'acquisition de la filiale Mistergooddeal a quant à lui été pour partie affecté à la marque « Mistergooddeal ». Il en résulte une augmentation des autres immobilisations incorporelles pour 9,5 M€. Cette marque a été amortie pour 0,9 M€ au cours de l'année.

Les autres immobilisations incorporelles se répartissent en logiciels informatiques et coproductions.

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

	Droits audiovisuels	Fonds de commerce	Autres immobilisations incorporelles	Avances et acomptes sur immobilisations	Goodwill	Total 2005
Au 1^{er} janvier 2005, net des dépréciations et des amortissements	41,1	0,6	22,9	29,4	114,6	208,6
Acquisitions	35,9	-	39,5	2,4	-	77,8
Actif inclus dans des activités en cours de cession (brut)	-	-	(11,0)	(1,5)	(91,0)	(103,5)
Acquisitions de filiales (brut)	37,4	-	0,4	-	38,5	76,3
Cessions	(11,9)	(0,4)	(13,2)	-	-	(25,5)
Dépréciations	5,6	-	1,8	-	(0,8)	6,6
Dotations d'amortissements 2005	(34,8)	-	(43,0)	-	-	(77,8)
Amortissements inclus dans des activités en cours de cession	-	-	(0,4)	-	-	(0,4)
Amortissements des acquisitions de filiales	(21,9)	-	8,4	-	-	(13,5)
Reprises d'amortissements et dépréciations sur cessions	11,5	-	9,3	-	-	20,8
Au 31 décembre 2005	62,9	0,2	14,7	30,3	61,3	169,4
Au 1^{er} janvier 2005						
Coût ou juste valeur	287,2	0,8	200,2	29,4	130,8	648,4
Cumul des amortissements et des dépréciations	(246,1)	(0,2)	(177,3)	-	(16,2)	(439,8)
Montant net	41,1	0,6	22,9	29,4	114,6	208,6
Au 31 décembre 2005						
Coût ou juste valeur	349,8	0,2	258,4	30,3	78,4	717,2
Cumul des amortissements et des dépréciations	(287,0)	-	(243,8)	-	(17,1)	(547,8)
Montant net	62,9	0,2	14,7	30,3	61,3	169,4
	Droits audiovisuels	Fonds de commerce	Autres immobilisations incorporelles	Avances et acomptes sur immobilisations	Goodwill	Total 2006
Au 1^{er} janvier 2006, net des dépréciations et des amortissements	62,9	0,2	14,7	30,3	61,3	169,4
Acquisitions	3,0	0,6	12,4	28,4	-	44,4
Actif inclus dans des activités en cours de cession (brut)	-	-	-	-	-	-
Acquisitions de filiale (brut)	31,5	-	-	0,6	11,3	43,4
Cessions	(10,8)	-	(2,7)	-	-	(13,5)
Autres mouvements	10,7	-	9,5	-	(16,4)	3,8
Reclassements	34,5	(0,2)	11,7	(46,0)	-	-
Dépréciations	(5,1)	-	(2,0)	-	(2,6)	(9,7)
Dotations d'amortissements 2006	(40,5)	-	(17,9)	-	-	(58,4)
Amortissements inclus dans des activités en cours de cession	-	-	-	-	-	-
Amortissements des acquisitions de filiales	(30,2)	-	-	-	-	(30,2)
Reprises d'amortissements et dépréciations sur cessions	10,6	-	2,5	-	-	13,1
Au 31 décembre 2006	66,6	0,6	28,3	13,2	53,7	162,4
Au 1^{er} janvier 2006						
Coût ou juste valeur	349,8	0,2	258,4	30,3	78,4	717,2
Cumul des amortissements et des dépréciations	(287,0)	-	(243,8)	-	(17,1)	(547,8)
Montant net	62,9	0,2	14,7	30,3	61,3	169,4
Au 31 décembre 2006						
Coût ou juste valeur	420,2	0,6	288,0	13,2	60,7	782,8
Cumul des amortissements et des dépréciations	(353,7)	-	(259,7)	-	(7,0)	(620,4)
Montant net	66,6	0,6	28,3	13,2	53,7	162,4

14. TESTS DE DÉPRÉCIATION DES GOODWILL ET ACTIFS INCORPORELS À DURÉE DE VIE INDÉTERMINÉE

■ ÉVOLUTION

Les goodwill ont évolué comme suit :

	2006	2005	2004
À l'ouverture, net des pertes de valeur	61,3	114,6	101,7
Acquisitions	0,9	38,6	16,5
Cessions	-	-	-
Affectations	(6,3)	-	-
Goodwill des activités en cours de cession	-	(91,0)	-
Autres mouvements	0,4	-	-
Pertes de valeur	(2,6)	(0,8)	(3,6)
À la clôture	53,7	61,3	114,6
À l'ouverture			
Valeurs brutes	78,4	130,9	114,3
Cumul des pertes de valeur	(17,1)	(16,3)	(12,6)
Montant net	61,3	114,6	101,7
À la clôture			
Valeurs brutes	73,4	78,4	130,8
Cumul des pertes de valeur	(19,7)	(17,1)	(16,2)
Montant net	53,7	61,3	114,6

Les mouvements des goodwill sur l'exercice 2006 résultent :

- de l'acquisition de la société Femmes en Ville pour 0,9 M€ (voir note 6.1) ;
- de l'affectation dans la période de douze mois suivant l'acquisition de Mistergooddeal en novembre 2005 d'une partie du prix d'acquisition sur la marque, nette d'impôt, pour 6,3 M€ (voir note 6.3) ;
- de l'effet de l'actualisation de la dette Mistergooddeal et des intérêts minoritaires 2006 pour 0,4 M€ (voir note 6.3) ;
- des pertes de valeur constatées sur Fun TV et Citato.

■ RÉPARTITION

Les goodwill se répartissent, par secteur d'activité, de la façon suivante :

Valeur nette		2006	2005	2004
Antenne M6		-	-	-
Chaînes numériques	Paris Première	15,5	15,5	15,5
	Fun TV	-	2,1	2,1
	TPS	-	-	91,0
Diversifications	Mistergooddeal	32,1	38,1	-
	HSS	4,1	4,0	4,9
	Femmes en Ville	0,9	-	-
	SND	0,8	0,8	0,8
	TCM	0,3	0,3	0,4
	Citato	-	0,5	-
Total		53,7	61,3	114,6

■ TESTS DE DÉPRÉCIATIONS

La méthode des flux de trésorerie actualisés utilisée pour déterminer la valeur d'utilité repose sur les paramètres suivants :

- taux d'actualisation avant impôt : 8,03%
- taux de croissance à l'infini : 2%

Les tests réalisés sur les valeurs d'usages des actifs auxquels sont rattachés les goodwill ont mis en évidence des pertes de valeur sur les goodwill Fun TV et Citato, qui ont justifié leur dépréciation intégrale.

La rentabilité de Fun TV dans son format actuel n'est pas suffisamment élevée pour justifier le maintien du goodwill existant.

Quant à Citato, les pertes cumulées à ce jour et les pertes futures probables avant atteinte de l'équilibre d'exploitation rendent incertaine la recouvrabilité du goodwill. Les tests sur les autres goodwill n'ont pas mis en évidence de perte de valeur.

15. ACTIFS FINANCIERS DISPONIBLES À LA VENTE

Les actifs financiers disponibles à la vente sont constitués des titres de participation détenus par le Groupe dans des sociétés non consolidées et des créances qui s'y rattachent directement.

	2006			2005			2004		
	Valeur brute	Provision	Valeur nette	Valeur brute	Provision	Valeur nette	Valeur brute	Provision	Valeur nette
European News Exchange	0,1	-	0,1	0,1	-	0,1	0,1	-	0,1
Pink TV	0,4	(0,4)	-	0,4	(0,4)	-	0,4	-	0,4
Newsweb	-	-	-	0,3	(0,3)	-	0,3	(0,3)	-
Autres	0,3	-	0,3	0,2	-	0,2	0,5	-	0,5
Total	0,8	(0,4)	0,4	1,0	(0,7)	0,3	8,5	(0,3)	8,2

16. AUTRES ACTIFS FINANCIERS

■ AUTRES ACTIFS FINANCIERS NON COURANTS

Dans cette catégorie apparaît essentiellement la partie non éliminée des comptes courants détenus sur les coentreprises et considérés comme ayant une échéance supérieure à 1 an. La dette résultant du financement du coactionnaire est classée en dettes financières non courantes en application du principe de non compensation des actifs et passifs financiers.

Ces comptes courants sont à des prêts à taux variables basés sur l'Eonia.

Le Groupe ne détient pas d'actifs financiers non courants à taux fixe.

Les produits générés par ces actifs sont comptabilisés au cours de la période en produits financiers. La comptabilisation initiale de tels prêts se fait à la juste valeur, puis ultérieurement au coût amorti.

	2006	2005	2004
Comptes courants d'associés	6,8	6,4	6,3
Dépréciations des comptes courants d'associés	(2,0)	(1,7)	-
Actifs financiers à la juste valeur par résultat ⁽¹⁾	324,0	-	-
Autres actifs financiers	1,8	1,6	1,4
Autres actifs financiers non courants	330,7	6,3	7,7

(1) Les actifs financiers à la juste valeur par résultat sont constitués de l'actif financier Canal+ France, comme expliqué en note 1.

■ INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS

Ils sont classés en autres actifs financiers courants lorsque la valeur de marché de ces instruments est positive et classés en passifs financiers courants lorsque leur valeur de marché est négative.

17. PARTICIPATIONS DANS LES COENTREPRISES

Les entreprises dans lesquelles M6 ou une de ses filiales sont coactionnaires sont les suivantes :

	% de détention			Activité
	2006	2005	2004	
TCM DA	50%	50%	50%	Portefeuille de droits de diffusion
Série Club	50%	50%	50%	Chaîne numérique Série Club
TF6	50%	50%	50%	Chaîne numérique TF6
TF6 Gestion	50%	50%	50%	Gérante de TF6
Femmes en Ville	50%	-	-	Presse magazine gratuite
Echo6	50%	-	-	Commercialisation de produits mobiles

Les contributions des coentreprises (hors TPS) au bilan consolidé du Groupe sont les suivantes :

	2006	2005	2004
Actif non courant	16,9	18,6	23,6
Actif courant	15,3	12,1	7,3
Passif non courant	(5,2)	(5,2)	(11,1)
Passif courant	(20,4)	(19,6)	(17,5)
Actif net	6,7	5,9	2,3

Les sociétés TF6 et Série-Club contribuent en 2006 dans les comptes du Groupe à hauteur de 12,2 M€ pour les actifs et de 10,9 M€ pour les passifs. La contribution de TCM DA, société de distribution de droits audiovisuels, dans ces mêmes agrégats s'élève respectivement à 19,8 M€ et 14,1 M€.

Les contributions des coentreprises au chiffre d'affaires et au résultat net consolidés du Groupe sont les suivantes :

	2006	2005	2004
Chiffre d'affaires	18,5	17,3	16,6
Résultat net	6,1	6,8	1,8

En 2006, les chaînes numériques TF6 et Série-Club participent pour 11,5 M€ au chiffre d'affaires du Groupe, TCM DA pour 6,1 M€.

18. RÉMUNÉRATIONS EN ACTIONS

■ PLANS OCTROYÉS EN 2006

Conformément à l'autorisation donnée par l'assemblée générale mixte du 28 avril 2004, une attribution d'options de souscription d'actions a été décidée par le Directoire en date du 6 juin 2006, après approbation par le Conseil de Surveillance. Ce plan d'attribution porte sur 736 750 options.

Conformément à l'autorisation donnée par l'assemblée générale mixte du 28 avril 2005, une attribution d'actions gratuites a été décidée par le Directoire en date du 6 juin 2006, après approbation par le Conseil de Surveillance. Ces attributions portent sur 480 472 actions.

■ ÉVALUATION À LA JUSTE VALEUR DE L'AVANTAGE ACCORDÉ AUX SALARIÉS

En application de IFRS 2 - *Paiement fondé sur des actions* et de l'IFRS 1 - *Première adoption des IFRS*, les attributions d'option d'achat et de souscription d'actions et les attributions d'actions gratuites octroyées depuis le 7 novembre 2002 ont fait l'objet d'une évaluation à leur juste valeur à la date d'octroi.

La juste valeur des attributions d'options d'achat et de souscription d'actions a été appréciée sur la base d'un modèle binomial de valorisation d'option.

La juste valeur des attributions d'actions gratuites s'apprécie comme la valeur de l'action à la date d'octroi diminué de la valeur actuelle des dividendes futurs estimés sur la période d'indisponibilité.

■ CARACTÉRISTIQUES DES PLANS ET JUSTE VALEUR DE L'AVANTAGE OCTROYÉ

Les principales caractéristiques des plans d'option d'achat, de souscription et d'attribution gratuite d'actions ouverts au 31 décembre 2006 et pour lesquels, en application des dispositions de l'IFRS 1 - *Première adoption des IFRS*, il est procédé à une évaluation à la juste valeur de l'avantage accordé aux salariés, sont les suivantes :

	Modèle	Cours de référence	Prix d'exercice	Volatilité historique	Taux sans risque	Rendement attendu	Décôte de liquidité	Juste valeur unitaire
Plans de souscription d'actions								
Du 25/07/2003	Binomial	23,66	22,48	52,3%	3,05%	4,58%	15%	9,45
Du 14/11/2003	Binomial	25,07	23,82	52,3%	3,54%	4,32%	15%	10,27
Du 28/04/2004	Binomial	24,97	24,97	52,3%	3,32%	4,34%	15%	9,84
Du 02/06/2005	Binomial	20,17	19,94	41,8%	3,24%	5,24%	15%	6,10
Du 06/06/2006	Binomial	24,63	24,60	43,1%	4,02%	3,81%	15%	8,57
Plans d'attribution d'actions gratuites								
Du 02/06/2005		20,17	N/A	N/A	3,24%	5,24%	0%	18,17
Du 06/06/2006		24,63	N/A	N/A	4,02%	3,81%	0%	22,82

La maturité retenue correspond pour l'ensemble des plans de souscription d'actions à la période d'indisponibilité partielle (4 ans) augmentée de deux années, les options étant exerçables sur une durée de trois ans après la fin de la période d'indisponibilité partielle.

La maturité retenue correspond pour l'ensemble des plans d'attribution d'actions gratuites à la période d'indisponibilité (2 ans).

■ CHANGEMENT DES MODALITÉS D'ÉVALUATION

Jusqu'au 31 décembre 2005, la juste valeur de l'avantage octroyé dans le cadre des plans octroyés du 7 novembre 2002 au 31 décembre 2005, y compris ceux afférents à des attributions d'actions gratuites, avait fait l'objet d'une évaluation sur la base d'un modèle trinomial en retenant dans tous les cas une maturité égale à la période d'indisponibilité.

Les changements intervenus dans les modalités d'évaluation (évaluation sur la base d'un modèle trinomial et allongement de la maturité dans le cas des attributions d'option d'achat et de souscription d'actions, nouveau modèle d'évaluation pour les attributions d'actions gratuites) augmentent la charge globale des plans de 0,6 M€. Cette charge étalée de façon prospective représente un coût de 0,3 M€ en 2006.

■ CHARGE COMPTABILISÉE EN 2006

Il en résulte les impacts suivants dans le compte de résultat sur la ligne « charges de personnel » :

	2006	2005	2004
Plans de souscription d'actions			
Du 25/07/2003	1,7	1,3	1,3
Du 14/11/2003	-	-	-
Du 28/04/2004	1,9	1,6	1,1
Du 02/06/2005	0,9	0,4	-
Du 06/06/2006	0,8	-	-
Plans d'attribution d'actions gratuites			
Du 02/06/2005	0,8	0,7	-
Du 06/06/2006	3,0	-	-
Charge totale	9,2	4,0	2,4
<i>dont impact lié au changement des modalités d'évaluation de la charge</i>	<i>0,3</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

19. INDEMNITÉS DE DÉPART EN RETRAITE

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

■ PRINCIPALES HYPOTHÈSES ACTUARIELLES

en %	2006	2005	2004
Taux d'actualisation	4,25	4,00	4,50
Augmentations de salaires futures *	3,60	3,60	3,80
Taux d'inflation	2,00	2,00	2,00

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

■ CHARGES COMPTABILISÉES DANS LE COMPTE DE RÉSULTAT

	2006	2005	2004
Coût du service courant	(1,5)	1,4	1,1
Coûts des intérêts sur l'obligation	0,1	0,4	0,3
Revenus attendus des actifs du régime	-	-	-
Gain ou perte actuariel(le) sur l'année	-	-	-
Coûts des services passés	-	-	-
Dépense nette	(1,4)	1,8	1,4

■ PROVISION ET VALEUR ACTUALISÉE DE L'OBLIGATION

	2006	2005	2004
Obligation à l'ouverture	10,8	7,8	5,7
Coût du service courant	(1,5)	1,4	1,1
Coût des intérêts de l'obligation	0,1	0,4	0,3
Prestations versées	-	-	-
Gains/pertes actuariels	(0,4)	1,2	0,5
Variations de périmètre	0,3	-	-
Obligation à la clôture	9,3	10,8	7,6
Gains/pertes actuariels non comptabilisés	(1,4)	(1,7)	(0,5)
Provision comptabilisée	7,9	9,1	7,1

20. STOCKS

	Stocks de droits de diffusion	Stocks commerciaux	Total 2006
Au 1^{er} janvier 2006, net des dépréciations	115,7	21,1	136,8
Acquisitions	216,1	147,4	363,4
Actif inclus dans des activités en cours de cession	-	-	-
Acquisitions de filiales	-	-	-
Consommations	(183,3)	(139,2)	(322,5)
Dotations / reprises de dépréciations 2006	(0,1)	(0,5)	(0,6)
Au 31 décembre 2006, net des dépréciations	148,4	28,7	177,1

Au 31 décembre 2005

Coût ou juste valeur	165,8	30,4	196,2
Cumul des dépréciations	(50,1)	(9,3)	(59,4)
Montant net	115,7	21,1	136,8

Au 31 décembre 2006

Coût ou juste valeur	198,6	38,5	237,1
Cumul des dépréciations	(50,2)	(9,8)	(59,9)
Montant net	148,4	28,7	177,1

	Stocks de droits de diffusion	Stocks commerciaux	Total 2005
Au 1^{er} janvier 2005, net des dépréciations	109,5	8,7	118,2
Acquisitions	223,4	63,7	287,1
Actif inclus dans des activités en cours de cession	(15,5)	(57,3)	(72,8)
Acquisitions de filiales	-	7,5	7,5
Consommations	(214,4)	-	(214,4)
Dotations / reprises de dépréciations 2005	12,7	(1,5)	11,2
Au 31 décembre 2005, net des dépréciations	115,7	21,1	136,8

Au 31 décembre 2004

Coût ou juste valeur	172,2	16,4	188,6
Cumul des dépréciations	(62,7)	(7,7)	(70,4)
Montant net	109,5	8,7	118,2

Au 31 décembre 2005

Coût ou juste valeur	165,8	30,4	196,2
Cumul des dépréciations	(50,1)	(9,3)	(59,4)
Montant net	115,7	21,1	136,8

21. CRÉANCES ET AUTRES CRÉANCES

Les créances et autres créances sont composées de créances commerciales et d'autres créances liées à l'activité comme les avances et acomptes.

22. TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE

	2006	2005	2004
Placement de trésorerie auprès de Bayard d'Antin	35,0	40,0	-
Avance Vivendi (intérêts compris)	52,5	-	-
FCP et SICAV monétaires	140,6	197,1	202,0
Trésorerie en banque	22,6	5,9	9,5
Total trésorerie et équivalents de trésorerie	250,7	243,1	211,5

La trésorerie et les valeurs mobilières de placement sont des actifs financiers détenus à des fins de transaction (juste valeur par résultat) et sont donc évaluées à leur juste valeur. Les FCP et SICAV monétaires ne comportent pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 31 décembre 2006. Le placement auprès de Bayard d'Antin SA est régi par une convention de trésorerie décrite en note 27. La trésorerie inclut l'avance de 52,5 M€ (intérêts compris) consentie par Vivendi dans le cadre de l'accord TPS et remboursée lors de la finalisation de l'opération, le 4 janvier 2007 (voir note 24).

23. CAPITAUX PROPRES

23.1 ACTIONS COMPOSANT LE CAPITAL DE MÉTROPOLE TÉLÉVISION

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

Les actions sont entièrement libérées.

Un plan d'options d'achats d'actions et huit plans de souscriptions d'actions accordés à certains cadres et cadres dirigeants du Groupe sont en place au 31 décembre 2006.

■ NOMBRE D'ACTIONS ÉMISES :

en milliers	2006	2005	2004
Actions ordinaires de 0,4€	131 889	131 889	131 889

■ NOMBRE D'ACTIONS EN CIRCULATION :

en milliers	2006	2005	2004
À l'ouverture	131 397	130 741	130 499
Exercice des stocks options	209	612	314
Variation du contrat de liquidité	8	44	(72)
À la clôture	131 614	131 397	130 741

23.2 VARIATIONS DE CAPITAUX PROPRES NE TRANSITANT PAS PAR LE COMPTE DE RÉSULTAT

La part efficace de la variation de juste valeur des instruments financiers comptabilisés en tant que couverture des flux de trésorerie futurs est enregistrée dans les capitaux propres. Les gains ou pertes intermédiaires réalisés sur une couverture (par exemple, en cas de report) sont comptabilisés en capitaux propres.

Le nombre de relations de couverture de type couverture des flux de trésorerie futurs était de 28 au 31 décembre 2006 contre 22 au 31 décembre 2005 et 26 au 31 décembre 2004.

L'impact sur les capitaux propres en autres réserves s'analyse comme suit :

Solde des réserves liés aux instruments financiers dérivés au 01/01/2005	(4,5)
Résultat de change réalisé sur opérations non échues	-
Nouvelles couvertures	0,1
Variations des anciennes couvertures	0,7
Échéances des couvertures	1,3
Échéances des opérations sur résultat réalisé enregistré en capitaux propres	2,0
Variation sur les actifs détenus en vue d'être cédés	0,5
Soldes des réserves liés aux instruments financiers dérivés au 31/12/2005	0,1
Résultat de change réalisé sur opérations non échues	-
Nouvelles couvertures	(0,2)
Variations des anciennes couvertures	(0,1)
Échéances des couvertures	(0,4)
Échéances des opérations sur résultat réalisé enregistré en capitaux propres	-
Variation sur les actifs détenus en vue d'être cédés	(0,1)
Solde des réserves liés aux instruments financiers dérivés au 31/12/2006	(0,7)

24. DETTES FINANCIÈRES

Les variations de l'endettement net sont les suivantes :

	2006	2005	2004
Dettes bancaires	0,7	0,7	-
Autres	5,5	4,3	5,7
Total dettes financières non courantes	6,2	5,1	5,7
Avance Vivendi (intérêts compris)	52,5	-	-
Dettes financières courantes	0,6	1,7	29,2
Total dettes financières courantes	53,1	1,7	29,2

L'endettement net du Groupe au 31 décembre 2006 se ventile par échéance de la façon suivante :

	Total	< 1 an	De 1 à 5 ans	> 5 ans
Total dettes financières	59,3	53,1	0,4	5,8

Les dettes financières sont essentiellement constituées par l'avance Vivendi. Afin de garantir la réalisation de l'accord TPS par le Groupe, Vivendi a en effet avancé au Groupe M6 une somme de 52,5 M€ (intérêts compris), remboursée lors de la finalisation de l'opération, le 4 janvier 2007. En contrepartie de cette dette le Groupe dispose d'un actif en trésorerie (voir note 22).

Les autres dettes financières courantes et non courantes existantes à cette date correspondent principalement :

- à la quote-part de dette auprès des coactionnaires des sociétés codétenues ;
- à deux financements moyen terme contractés par Mistergooddeal pour l'acquisition de locaux pour un total de 0,6 M€.

25. PROVISIONS

Les provisions ont évolué de la façon suivante entre le 1^{er} janvier 2005 et le 31 décembre 2006 :

	Provisions pour retraite	Pertes des sociétés associées	Provisions pour litiges	Autres provisions pour risques	Autres provisions pour charges	Total 2005
Au 1^{er} Janvier 2005	7,1	10,3	18,1	12,5	32,6	80,6
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	0,6	0,6
Cessions de filiales	-	(10,3)	-	-	-	(10,3)
Provisions des activités en cours de cession	(0,3)	-	(4,2)	(3,0)	(7,9)	(15,4)
Dotation annuelle	2,2	-	3,4	3,7	13,7	23,0
Utilisation	(0,4)	-	(1,4)	(2,7)	(0,2)	(4,7)
Reprise non utilisée	-	-	(3,7)	(3,4)	(1,6)	(8,7)
Autres variations	0,5	-	-	0,9	(1,1)	0,3
Au 31 décembre 2005	9,1	-	12,2	8,0	36,1	65,4
Courant 2005	-	-	12,2	8,0	36,1	56,3
Non courant 2005	9,1	-	-	-	-	9,1
Total	9,1	-	12,2	8,0	36,1	65,4
Courant 2004	-	-	18,1	12,5	32,6	63,2
Non courant 2004	7,1	10,3	-	-	-	17,4
Total	7,1	10,3	18,1	12,5	32,6	80,6
	Provisions pour retraite	Pertes des sociétés associées	Provisions pour litiges (1)	Autres provisions pour risques (2)	Autres provisions pour charges (3)	Total 2006
Au 1^{er} Janvier 2006	9,1	-	12,2	8,0	36,1	65,4
Acquisitions de filiales	-	-	-	-	-	-
Cessions de filiales	-	-	-	-	-	-
Provisions des activités en cours de cession	-	-	-	-	-	-
Dotation annuelle	0,6	-	2,1	6,8	18,8	28,3
Utilisation	-	-	(0,4)	(0,7)	(8,5)	(9,5)
Reprise non utilisée	(2,0)	-	(2,0)	(2,9)	(7,9)	(14,9)
Autres variations	0,2	-	-	0,1	-	0,3
Au 31 décembre 2006	7,9	-	11,9	11,3	38,5	69,7
Courant 2006	-	-	11,9	11,3	38,5	61,8
Non courant 2006	7,9	-	-	-	-	7,9
Total	7,9	-	11,9	11,3	38,5	69,7
Courant 2005	-	-	12,2	8,0	36,1	56,3
Non courant 2005	9,1	-	-	-	-	9,1
Total	9,1	-	12,2	8,0	36,1	65,4

Au 31 décembre 2006, les provisions se ventilent de la façon suivante :

(1) Provisions pour litiges :

- Provisions pour litiges juridiques antenne	6,3
- Provisions pour litiges juridiques diversifications	3,1
- Provisions pour litiges juridiques chaînes numériques	-
- Provision pour litige social	2,5
Total	11,9

(2) Autres provisions pour risques :

- Provisions pour risques antenne	6,3
- Provisions pour risques diversifications	1,9
- Provisions pour risques chaînes numériques	3,1
Total	11,3

(3) Autres provisions pour charges :

- Provisions pour charges antenne	25,7
- Provisions pour charges diversifications	7,5
- Provisions pour charges chaînes numériques	-
- Provisions pour réaménagement des fréquences	5,3
Total	38,5

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.

26. ACTIFS ET PASSIFS ÉVENTUELS

26.1 ACTIFS ET PASSIFS ÉVENTUELS DES ACTIVITÉS POURSUIVIES

	<1 an	>1 an	Total 31/12/2006	Total 31/12/2005	Total 31/12/2004	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés						
Achats de droits et engagements de coproductions (bruts)	250,9	561,3	812,2	674,4	475,1	Contrats signés
Avances versées au titre des achats de droits et engagements de coproductions	(41,3)	(41,3)	(82,6)	(67,3)	(57,6)	
<i>Achats de droits et engagements de coproductions (nets)</i>	<i>209,6</i>	<i>520,0</i>	<i>729,6</i>	<i>607,1</i>	<i>417,5</i>	
Transport d'images, location satellites et transpondeurs	43,5	71,8	115,2	82,0	155,1	Contrats signés
Projet d'achat immobilier	37,5	-	37,5	-	-	Contrat signé
Baux non résiliables	4,4	3,7	8,1	7,0	8,8	Baux
Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif	-	13,6	13,6	13,0	304,4	Liquidation de la snc
Autres	2,1	3,9	6,0	-	9,7	-
Total des engagements donnés	297,0	613,0	909,9	709,1	895,5	
Engagements reçus						
Responsabilité sur passif des sociétés en nom collectif	-	24,5	24,5	19,5	311,4	Liquidation de la snc
Ventes de droits	14,7	1,8	16,5	25,7	22,4	Echéances annuelles
Contrats de diffusion	34,0	108,1	142,1	16,4	-	Contrats signés
Autres	6,3	-	6,3	4,8	7,2	-
Total des engagements reçus	55,0	134,4	189,4	66,4	341,0	

■ 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. Une telle présentation constitue un changement par rapport à la présentation retenue au 31 décembre 2005.

■ TRANSPORT D'IMAGES, LOCATION SATELLITE ET TRANSPONDEURS

Ces engagements sont relatifs à la fourniture de services de télé-diffusion et à la location de capacité satellitaire et de transpondeurs auprès de sociétés privées, tant pour la diffusion analogique que pour la diffusion numérique.

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

■ PROJET D'ACHAT IMMOBILIER

Afin de soutenir le développement de son activité, le Groupe M6 s'est porté acquéreur d'un immeuble proche de son siège social, à Neuilly-sur-Seine.

■ BAUX NON RÉSILIABLES

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.

■ RESPONSABILITE SUR PASSIF DES SOCIÉTÉS 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 engagement hors bilan reçus la quote-part de ce passif détenu par les autres associés.

■ VENTES DE DROITS

Ces engagements recouvrent les contrats de ventes de droits de diffusion non encore disponibles au 31 décembre 2006.

■ 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.

La présentation des engagements du Groupe n'omet pas l'existence d'un engagement hors bilan significatif selon les normes comptables en vigueur.

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

26.2 ACTIFS ET PASSIFS ÉVENTUELS LIÉS AUX ACTIVITÉS EN COURS DE CESSION

Au 31 décembre 2005, les engagements donnés par TPS ou donnés par le Groupe en lien avec TPS (comme ceux liés à la responsabilité sur le passif de TPS) s'établissent à 628,5 M€ (quote-part M6). Les engagements reçus par TPS ou reçus par le Groupe en lien avec TPS s'élevaient quant à eux à 390,9 M€ (quote-part M6).

Consécutivement à la reconnaissance dans les comptes consolidés du Groupe de la perte de contrôle de TPS en 2006, le Groupe ne reconnaît dans ses engagements hors bilan aucun engagement donné ou reçu par TPS ou par le Groupe en lien avec TPS. En vertu des accords entre Vivendi, TF1 et M6 les engagements et garanties souscrits par TF1 et M6 en tant qu'associés de TPS ont fait l'objet d'une contre-garantie par Vivendi.

En application des mêmes accords, M6 a consenti une garantie de passif plafonnée à 42,5 M€.

27. PARTIES LIÉES

27.1 IDENTIFICATION DES PARTIES LIÉES

Les parties liées au Groupe sont les sociétés non consolidées, les coentreprises et les entreprises associées, RTL Group, actionnaire du Groupe à hauteur de 49,00%, Bertelsmann AG, actionnaire de RTL, les mandataires sociaux et les membres du Conseil de Surveillance.

27.2 TRANSACTIONS AVEC LES ACTIONNAIRES

■ PRÊT AUX ACTIONNAIRES

Aux termes d'une convention de placement de trésorerie signée entre Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision en 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 trois mois. La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions du marché.

Afin de respecter la politique de placement de Métropole Télévision, le placement à Bayard d'Antin ne pourra excéder 20% des liquidités bancaires du Groupe Métropole Télévision.

Au 31 décembre 2006, le compte courant journalier entre M6 et Bayard d'Antin s'élève à 35,0 M€.

■ TRANSACTIONS COURANTES

	2006		2005		2004	
	RTL Group	BERTELSMANN (hors RTL Group)	RTL Group	BERTELSMANN (hors RTL Group)	RTL Group	BERTELSMANN (hors RTL Group)
Ventes de biens et services	8,7	17,5	4,8	15,2	5,1	21,9
Achats de biens et services	28,7	2,6	15,7	3,1	14,9	8,6

Les ventes et les achats effectués avec les actionnaires ont été conclus à des conditions normales de marché.

Les soldes bilanciers résultant de ces ventes et achats sont les suivants :

	2006		2005		2004	
	RTL Group	BERTELSMANN (hors RTL Group)	RTL Group	BERTELSMANN (hors RTL Group)	RTL Group	BERTELSMANN (hors RTL Group)
Créances	8,4	11,7	8,4	2,8	4,0	4,3
Dettes	17,4	2,7	9,0	1,0	6,4	0,4

■ OPÉRATIONS SPÉCIFIQUES

Aucune opération spécifique n'a été conclue par le Groupe avec ses actionnaires au cours de l'exercice 2006.

27.3 TRANSACTIONS AVEC LES COENTREPRISES

Les transactions suivantes ont été réalisées entre les filiales du Groupe et les coentreprises :

à 100%	2006	2005	2004
Ventes de biens et services	3,7	1,9	1,6
Produits financiers	2,1	1,6	0,6
Achats de biens et services	5,6	1,5	1,5

Les ventes et les achats effectués avec les coentreprises ont été conclus à des conditions normales de marché.

Les soldes bilanciaux résultant de ces ventes et achats sont les suivants :

à 100%	2006	2005	2004
Créances	13,4	11,2	13,6
<i>dont financement</i>	<i>10,2</i>	<i>9,4</i>	<i>11,4</i>
Dettes	3,0	2,2	2,1
<i>dont financement</i>	<i>-</i>	<i>1,2</i>	<i>1,3</i>

Les créances relatives au financement sont constituées des remontrées des résultats des sociétés de personnes auprès de leur société mère.

27.4 TRANSACTIONS AVEC LES DIRIGEANTS

La rémunération versée en 2006 aux membres du Directoire représente un total de 3 159 116 € et se ventile en une part fixe pour 1 906 395 € et une part variable pour 1 252 721 €.

Les membres du Conseil de Surveillance ont été rémunérés par des jetons de présence à hauteur de 115 035 € et détiennent, au 31 décembre 2006, 1 900 actions du Groupe.

Les options de souscription d'actions octroyées aux membres du Directoire s'élevaient à 90 500 au titre du plan du 2 juin 2006 avec un prix d'exercice à 24,60 €, dont 15 000 ne seront pas exercées suite au départ d'un des mandataires sociaux.

Les options levées dans l'exercice s'élevaient à 70 000 et se rapportent au plan d'achat d'actions du 4 juin 1999 avec un prix d'exercice de 18,76 €.

Par ailleurs, ont été attribuées aux membres du Directoire, le 6 juin 2006, 392 222 actions gratuites, exerçables à compter du 7 juin 2008. 26 641 actions ne seront pas exercées suite au départ de l'un des mandataires sociaux.

Par ailleurs, au même titre et dans les mêmes conditions que les salariés du Groupe, les membres du Directoire pourront bénéficier d'une indemnité légale de fin de carrière dont le coût global et les modalités de détermination sont décrits en note 4.14.

28.POLITIQUE ET OBJECTIF DE GESTION DU RISQUE FINANCIER

■ RISQUE DE CHANGE

Le Groupe achète auprès de fournisseurs étrangers des programmes libellés en dollars américains.

Afin de se protéger contre des fluctuations aléatoires du marché qui risqueraient de pénaliser son résultat ou de réduire la valeur de son patrimoine, le Groupe a décidé de couvrir ses achats de droits. La couverture se fait dès l'apparition d'un risque économique mais elle est pondérée en fonction de l'échéance du sous-jacent.

Le Groupe n'utilise que des produits simples lui garantissant un montant couvert et un taux maximum de couverture, ce sont pour l'essentiel des achats à terme.

Un rapport sur l'évolution du risque de change est élaboré chaque mois afin d'aider au pilotage de la gestion des risques.

■ POLITIQUE DE PLACEMENT

Toutes les disponibilités doivent pouvoir être rapidement mobilisées en limitant au maximum la prise de risque sur le capital. L'approche du Groupe est résolument prudente et non spéculative.

Ainsi, certaines règles prudentielles doivent être respectées dans le cadre des placements de trésorerie du Groupe :

- ne pas détenir plus de 5% de l'actif d'un fonds (ratio d'emprise) ;
- ne pas investir plus de 20% des disponibilités sur un même support ;
- limiter le risque crédit des fonds en imposant un investissement obligatoire en « investment grade » à l'intérieur de chaque fonds.

Les rendements de ces produits sont contrôlés régulièrement et diffusés à la direction une fois par mois. Un reporting précis des différents risques de ces placements est également diffusé tous les trimestres.

29. INSTRUMENTS FINANCIERS

■ ÉCÉANCES

Les échéances des instruments de couverture (valorisés en euros au cours de couverture à terme) sont les suivantes :

	2006			2005			2004		
	Total	<1 an	De 1 à 5 ans	Total	<1 an	De 1 à 5 ans	Total	<1 an	De 1 à 5 ans
TCM	-	-	-	4,8	4,8	-	8,0	8,0	-
SND	8,7	8,7	-	6,8	6,8	-	23,8	21,0	2,8
M6 TV	12,3	3,9	8,4	15,5	11,4	4,1	15,4	10,2	5,2
Total	21,0	12,6	8,4	27,1	23,0	4,1	47,2	39,2	8,0

■ JUSTE VALEUR

Les évaluations à la juste valeur des instruments financiers utilisés par le Groupe se présentent comme suit :

INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS PASSIFS

	2006		2005		2004	
	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels *	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels *	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels *
Couvertures de juste valeur						
contrats de change à terme	(0,2)	3,8	-	-	(1,2)	14,4
Couvertures de flux de trésorerie						
contrats de change à terme	(0,7)	16,9	-	-	(2,1)	33,6
Dérivés non documentés						
contrats de change à terme	-	-	-	-	(1,8)	16,8
options	-	-	-	-	-	1,1
swap de taux d'intérêts	-	-	-	-	-	-
Total	(0,9)	20,7	-	-	(5,1)	65,9

* contre valeur euro

INSTRUMENTS FINANCIERS DÉRIVÉS ACTIFS

	2006		2005		2004	
	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels *	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels *	Juste valeur	Montants contractuels ou notionnels *
Couvertures de juste valeur						
contrats de change à terme	-	-	0,2	6,7	-	-
Couvertures de flux de trésorerie						
contrats de change à terme	-	-	0,1	15,6	-	-
Dérivés non documentés						
contrats de change à terme	-	-	0,1	4,8	-	-
Total	-	-	0,4	27,1	-	-

* contre valeur euro

30. ÉVÉNEMENTS POST CLÔTURE

Le 4 janvier 2007, les Groupes Vivendi, TF1 et M6 ont finalisé l'accord de rapprochement dans la télévision payante des groupes TPS et Canal+. La finalisation de cet accord a donné lieu au remboursement de l'avance de 51,0 M€, augmentée des intérêts, versée lors de la signature de l'accord par Vivendi en faveur du Groupe M6.

Le 15 janvier 2007, le Groupe a finalisé le protocole d'acquisition des 49% de Téva détenus par la Compagnie pour la Télévision Féminine, conformément à l'annonce faite en date du 7 décembre 2006.

Le 13 février 2007, le Groupe a finalisé l'acquisition d'un immeuble, opération au titre de laquelle le Groupe a reconnu au 31 décembre 2006 un engagement hors bilan de 37,5 M€.

À la connaissance de la société, aucun autre événement significatif n'est intervenu depuis le 1^{er} janvier 2007 susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat l'activité et le patrimoine de la société et du Groupe.

31. PÉRIMÈTRE

Société	Forme	Activité	31/12/2006		31/12/2005		31/12/2004	
			% de contrôle	Méthode de consolidation	% de contrôle	Méthode de consolidation	% de contrôle	Méthode de consolidation
ANTENNE M6								
Métropole Télévision - M6	SA	Société mère	-	IG	-	IG	-	IG
M6 Publicité	SAS	Régie publicitaire	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Bordeaux	SAS	Décrochage local	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Toulouse	SAS	Décrochage local	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Immobilière M6	SA	Immeuble de Neuilly	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
SCI du 107	SCI	Immeuble de Neuilly	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
C. Productions	SA	Production d'émissions	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Films	SA	Coproduction de films	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Métropole Production	SA	Production d'œuvres audiovisuelles	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Studio 89 Productions	SAS	Production d'émissions audiovisuelles	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
W9 Production	SAS	Production d'émissions audiovisuelles	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Labo Productions	SARL	Production d'émissions	100,00%	IG	100,00%	IG	-	NC
M6 Création	SAS	Sans activité jusqu'en 2006	-	NC	100,00%	IG	-	NC
M6 Opération	SAS	Sans activité jusqu'en 2006	-	NC	100,00%	IG	-	NC
CHAINES NUMÉRIQUES								
Edi TV - W9	SNC	Chaîne musicale W9	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Fun TV	SNC	Chaîne musicale Fun TV	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Diffusion	SA	Holding activité numérique	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Numérique	SAS	Holding activité numérique	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Thématique	SA	Holding des chaînes numériques	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Paris Première	SA	Chaîne numérique Paris Première	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Sedi TV - Téva	SNC	Chaîne numérique Téva	51,00%	IG	51,00%	IG	51,00%	IG
M6 Communication	SAS	Chaînes musicales M6 Music Black - Rock - Hit	100,00%	IG	100,00%	IG	-	NC
Multiplex R4	SAS	Transmission de radio et télévision	58,35%	IG	58,35%	IG	-	NC
Série Club	SA	Chaîne numérique Série Club	50,00%	IP	50,00%	IP	50,00%	IP
TF6	SCS	Chaîne numérique TF6	50,00%	IP	50,00%	IP	50,00%	IP
TF6 Gestion	SA	Gérante de TF6	50,00%	IP	50,00%	IP	50,00%	IP

Société	Forme	Activité	31/12/2006		31/12/2005		31/12/2004	
			% de contrôle	Méthode de consolidation	% de contrôle	Méthode de consolidation	% de contrôle	Méthode de consolidation
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS								
FC Girondins de Bordeaux	SASP	Club de Football	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Foot	SAS	Holding activité sportive	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Culture Mag Editions	SNC	Edition d'un magazine de presse écrite	90,00%	IG	90,00%	IG	90,00%	IG
M6 Editions	SA	Société de presse	100,0%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Citato	SARL	Magazine de presse écrite	80,00%	IG	80,00%	IG	-	NC
Echo6	SAS	Commercialisation de produits mobiles	50,00%	IP	-	NC	-	NC
Femmes en Ville	SAS	Magazine de presse écrite	50,00%	IP	-	NC	-	NC
Live Stage	SAS	Production de spectacles	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Evénements	SA	Production de spectacles	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Interactions	SAS	Exploitation des droits dérivés	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
M6 Web	SAS	Société internet et télématique	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
A Ton Service (ex M6 Opération)	SAS	Site internet de services à domiciles	51,00%	IG	-	NC	-	NC
M6 Développement	SAS	Sans activité	100,00%	IG	100,00%	IG	-	NC
M6 Affaires	SAS	Sans activité	100,00%	IG	100,00%	IG	-	NC
Sous-groupe HSS :								
Home Shopping Service	SA	Emissions de téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Boutique du Monde	SNC	Emissions de téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Club Téléachat	SNC	Chaîne 24 h / 24 h	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
HSS Belgique	SA	Emissions de téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
HSS Hongrie	SA	Emissions de téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
SETV Belgique	GIE	Exploitation bureau de gestion vente par téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Tecipress	SA	Production / réalisation programmes audiovisuels	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Télévente promotion	SA	Emissions de téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Unité 15 Belgique	SA	Service clients	100,0%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Unité 15 France	SA	Gestion et animation d'activité de téléachat	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Home Travel Services	SARL	Ventes de voyages	-	NC	-	NC	50,00%	IP
RTL Shop	GMBH	Production et diffusions d'émissions de téléachat	-	NC	-	NC	20,00%	ME
Mistergooddeal	SA	E-commerce	95,00%	IG	95,00%	IG	-	NC
Retail Concept (ex M6 Création)	SAS	Vente de produits de téléachat	100,00%	IG	-	NC	-	NC
M6 Droits Audiovisuels	SA	Portefeuille de droits audiovisuels	-	NC	-	NC	100,00%	IG
M6 Studio	SAS	Production de longs métrages d'animation	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Mandarin	SAS	Portefeuille de droits audiovisuels	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Mandarin Films	SAS	Portefeuille de droits audiovisuels	100,00%	IG	-	NC	-	NC
Société Nouvelle de Distribution	SA	Distribution films cinématographiques	100,00%	IG	100,00%	IG	100,00%	IG
Société Nouvelle de Cinématographie	SAS	Portefeuille de droits audiovisuels	100,00%	IG	100,00%	IG	-	NC
TCM DA	SNC	Portefeuille de droits de diffusion	50,00%	IP	50,00%	IP	50,00%	IP

IG : Intégration globale ; IP : Intégration proportionnelle ; NC : Non consolidé

Aucune société du Groupe n'est consolidée à ce jour par mise en équivalence.

Le Groupe n'est ni actionnaire, ni partie prenante dans aucune société « ad hoc ».

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

Exercice clos le 31 décembre 2006

RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos assemblées générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société Métropole Télévision relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2006, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. Opinion sur les comptes consolidés

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés de l'exercice sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

II. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- La note 3.3 de l'annexe décrit les situations dans lesquelles la direction de la société a recours à des estimations et formule des hypothèses dans le cadre de l'arrêté des comptes. Nos travaux ont consisté à apprécier les données sur lesquelles se fondent ces estimations et à vérifier que les notes 3.3, 4.7 et 4.17 donnent une information appropriée.

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

- Les notes 4.5 et 4.10 de l'annexe aux comptes consolidés exposent les règles et méthodes comptables relatives aux droits audiovisuels et aux droits de diffusion. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié de ces méthodes comptables et des informations fournies dans les notes de l'annexe aux comptes consolidés et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes consolidés, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. Vérification spécifique

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du groupe. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Paris La Défense,
le 3 avril 2007

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Neuilly-sur-Seine,
le 3 avril 2007

Ernst & Young et Autres

Bruno Bizet
Associé

C. COMPTES SOCIAUX AU 31 DÉCEMBRE 2006

I. BILAN

ACTIF

(en millions d'euros)

RUBRIQUES	Note n°	31/12/06			31/12/05	31/12/04
		Brut	Am.et Prov.	Net		
Concessions, brevets, droits similaires		-	-	-	-	-
Fonds commercial		-	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	3.1/3.2/3.3	109,7	103,9	5,8	6,6	3,8
Avances, acomptes/immobilisations incorporelles	3.1	0,6	-	0,6	0,2	1,2
Installations techniques, matériel et outillage	3.1/3.2	19,5	15,0	4,5	3,7	1,3
Autres immobilisations corporelles	3.1/3.2	15,4	12,4	3,1	4,2	4,7
Immobilisations en cours	3.1	0,1	-	0,0	0,3	-
Participations	3.1/3.3	411,1	20,4	390,7	118,0	105,1
Créances rattachées à des participations		-	-	-	-	-
Autres titres immobilisés		-	-	-	-	-
Prêts	3.1/3.5	16,7	-	16,7	19,1	21,2
Autres immobilisations financières	3.1/3.5	1,6	-	1,6	1,6	1,6
ACTIF IMMOBILISÉ		574,7	151,7	423,0	153,7	138,9
Stocks de droits de diffusion	3.3/3.4	174,3	42,6	131,7	106,8	217,7
Avances, acomptes versés sur commandes		96,3	-	96,3	92,1	5,7
Créances clients et comptes rattachés	3.3/3.5	255,6	2,1	253,5	228,9	204,4
Autres créances	3.5	138,6	-	138,6	319,0	279,6
Valeurs mobilières de placement	3.3/3.7	208,6	6,9	201,7	211,2	249,3
Disponibilités	3.7	10,0	-	10,0	22,8	27,1
Charges constatées d'avance		14,2	-	14,2	8,0	2,4
ACTIF CIRCULANT		897,6	51,6	846,0	988,8	986,2
Charges à répartir		-	-	-	-	-
Prime de remboursement des obligations		-	-	-	-	-
Ecart de conversion actif		-	-	-	-	0,4
TOTAL GÉNÉRAL		1 472,3	203,3	1 269,0	1 142,6	1 125,6

PASSIF

(en millions d'euros)

RUBRIQUES	Note n°	31/12/06	31/12/05	31/12/04
Capital social	3.8	52,8	52,8	52,8
Primes d'émission	3.8	24,2	24,2	24,2
Réserve légale	3.8	5,3	5,3	5,3
Réserves réglementées	3.8	13,1	13,1	13,4
Report à nouveau	3.8	470,3	429,1	416,4
Résultat de l'exercice	3.8	144,6	166,2	122,4
Acompte sur dividendes		-	-	-
Provisions réglementées	3.3	4,7	4,5	2,0
CAPITAUX PROPRES		715,0	695,2	636,4
Produits des émissions de titres participatifs		-	-	-
AUTRES FONDS PROPRES		-	-	-
Provisions pour risques		17,6	25,7	46,4
Provisions pour charges		31,9	26,2	6,8
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	3.3	49,5	51,9	53,2
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (1)	3.6	34,2	31,5	29,9
Emprunts et dettes financières divers	3.6	-	-	-
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	3.6	-	-	-
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	3.6	234,8	183,0	233,3
Dettes fiscales et sociales	3.6	66,7	59,2	52,3
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	3.6	4,7	10,5	14,1
Autres dettes	3.6	163,5	111,1	105,4
Produits constatés d'avance		0,6	0,2	0,5
DETTES		504,5	395,5	435,5
Ecart de conversion - passif		-	-	0,5
TOTAL GÉNÉRAL		1 269,0	1 142,5	1 125,6
Résultat de l'exercice en euros		144 582 633	166 217 030	122 396 381
Total du bilan en euros		1 269 059 692	1 142 524 949	1 125 563 138

(1) concours bancaires

II. COMPTE DE RÉSULTAT

(en millions d'euros)	Note n°	31/12/06	31/12/05	31/12/04
Chiffre d'affaires net	4.1	664,4	640,7	612,1
Production stockée		-	-	-
Production immobilisée		-	-	-
Reprises sur amortissements, provisions, transferts de charges		44,9	44,4	40,0
Autres produits		32,2	27,4	20,9
PRODUITS D'EXPLOITATION		741,5	712,5	673,0
Achats de marchandises (et droits de douane)		292,0	86,2	244,2
Variation de stock de marchandises		(28,0)	130,7	(33,2)
Autres achats et charges externes	4.6	157,2	141,5	132,7
Impôts, taxes et versements assimilés		47,5	44,9	42,6
Salaires et traitements		38,7	35,7	33,6
Charges sociales		15,7	16,3	14,0
Dotations aux amortissements sur immobilisations		7,7	9,2	12,6
Dotations aux provisions sur immobilisations		1,3	2,1	6,2
Dotations aux provisions sur actif circulant		21,6	15,9	18,5
Dotations aux provisions pour risques et charges		20,0	27,7	4,7
Autres charges		33,9	37,1	32,9
CHARGES D'EXPLOITATION		607,6	547,3	508,8
RÉSULTAT D'EXPLOITATION		133,9	165,2	164,2
Bénéfice ou perte transférée		-	-	-
Perte ou bénéfice transféré		-	-	-
Produits financiers de participations		55,5	54,7	33,6
Produits d'autres valeurs mobilières		-	-	-
Autres intérêts et produits assimilés		6,7	5,0	5,0
Reprises sur provisions, transferts de charges		0,7	1,1	19,5
Différences positives de change		0,3	0,6	1,1
Produits nets cessions valeurs mob. placement		0,3	0,2	-
PRODUITS FINANCIERS		63,5	61,6	59,2
Dotations financières amortissements, provisions		-	-	22,4
Intérêts et charges assimilés		4,1	1,1	0,9
Différences négatives de change		0,3	0,6	1,3
Charges nettes cessions valeurs mob. placement		-	-	-
CHARGES FINANCIÈRES		4,4	1,7	24,6
RÉSULTAT FINANCIER	4.2	59,1	59,9	34,6
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔTS		193,0	225,1	198,8
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		-	-	-
Produits exceptionnels sur opérations en capital		2,8	0,2	4,9
Reprises sur provisions et transferts de charges		8,9	27,0	4,8
PRODUITS EXCEPTIONNELS		11,7	27,2	9,7
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		-	-	-
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		8,8	26,5	24,5
Dotations exceptionnelles aux amortissement., provisions		4,9	3,5	1,3
CHARGES EXCEPTIONNELLES		13,7	30,0	25,8
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	4.3	(2,0)	(2,8)	(16,1)
Participation des salariés		2,8	2,8	2,7
Impôts sur les bénéfices	4.4/4,5	43,6	53,3	57,7
TOTAL DES PRODUITS		816,7	801,3	741,9
TOTAL DES CHARGES		672,1	635,1	619,5
BÉNÉFICE OU PERTE		144,6	166,2	122,4

III. TABLEAU DE FINANCEMENT

(en millions d'euros)	31/12/06	31/12/05	31/12/04
Résultat net de l'exercice	144,6	166,2	122,4
Amortissements et provisions	3,3	(11,8)	1,4
Plus values et moins values de cession	(0,5)	-	17,9
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	-	-	-
TOTAL CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	147,4	154,5	141,7
VARIATIONS D'EXPLOITATION			
Stocks	(23,0)	128,9	(32,2)
Créances d'exploitation	144,7	(154,8)	17,5
Dettes d'exploitation	106,4	(42,2)	(30,5)
Transferts de charges au compte de charges à répartir	-	-	-
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT D'EXPLOITATION	228,1	(68,0)	(45,2)
FLUX DE TRÉSORERIE PROVENANT DE L'EXPLOITATION	375,5	86,4	96,4
OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT			
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	(3,1)	(5,0)	(5,1)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(3,8)	(4,7)	(3,8)
Acquisitions d'immobilisations financières	(272,8)	(13,0)	(23,5)
Trésorerie nette résultant d'acquisitions et cessions de filiales	-	-	-
Cessions d'immobilisations incorporelles et corporelles	0,9	0,1	0,8
Cessions ou réductions d'immobilisations financières	3,3	2,1	8,9
FLUX DE TRÉSORERIE AFFECTÉS AUX INVESTISSEMENTS	(275,5)	(20,5)	(22,7)
OPÉRATIONS DE FINANCEMENT			
Sommes reçues des actionnaires suite à une augmentation de capital	-	-	-
Diminutions des autres capitaux propres	-	-	(0,3)
Augmentations des dettes financières	-	-	-
Remboursement des dettes financières	-	-	-
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(125,0)	(110,0)	(87,6)
FLUX DE TRÉSORERIE RÉSULTANT DES OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	(125,0)	(110,0)	(87,9)
VARIATION GLOBALE DE TRÉSORERIE	(25,0)	(44,1)	(14,2)
Trésorerie à l'ouverture	202,5	246,6	260,8
TRÉSORERIE À LA CLOTURE	177,5	202,5	246,6

D. ANNEXE AUX COMPTES SOCIAUX

L'exercice de Métropole Télévision, clos au 31 Décembre 2006, d'une durée de 12 mois, fait ressortir un résultat net comptable de 144,6 M€ et un total bilan de 1 269 M€.

Ces comptes annuels ont été arrêtés le 26 février 2007 par le Directoire.

Sauf indication contraire, les montants indiqués dans l'annexe sont exprimés en millions d'euros.

1. FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE

Le Groupe dont Métropole Télévision est la société mère a participé à l'opération de rapprochement des activités de télévision payante en France du Groupe Canal + et de TPS. Cette opération annoncée dans son principe le 16 décembre 2005 a été mise en œuvre tout au long de 2006 et a été finalisée le 4 janvier 2007 avec l'apport de TPS par les Groupes TF1 et M6 à Canal + France, nouvelle société dont ils deviennent actionnaires pour, respectivement, 9,9% et 5,1%.

Les comptes de Métropole Télévision ne sont pas directement affectés par cette opération qui a été portée par des filiales indirectes. Néanmoins, dans la perspective de rationaliser le pôle des chaînes numériques à l'issue de la cession de TPS, Métropole Télévision a participé à l'augmentation de capital de M6 Thématiques et a porté sa participation dans cette société de 20 à 100%.

2. RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Les comptes de l'exercice sont comparables à ceux de l'exercice précédent.

Les dispositions législatives et réglementaires actuellement en vigueur en France ont été appliquées dans le respect des principes de prudence, d'image fidèle, de régularité et de sincérité, conformément aux hypothèses de base :

- de continuité de l'exploitation,
- de permanence des méthodes comptables,
- d'indépendance des exercices ;

et selon les règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

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

2.1 IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles comprennent principalement des logiciels informatiques et des coproductions.

■ 2.1.1 LOGICIELS INFORMATIQUES

Ils sont amortis linéairement sur 1 à 5 ans, complétés par un amortissement dérogatoire.

■ 2.1.2 COPRODUCTIONS DE FICTIONS, DE DOCUMENTAIRES, CONCERTS, ÉMISSIONS ET VIDÉOMUSIQUES

A la signature des contrats, les coproductions sont portées en engagements hors bilan jusqu'à la réception des factures comptabilisées en avances et acomptes.

Les coproductions sont comptabilisées en autres immobilisations incorporelles à leur acceptation technique.

Elles sont amorties linéairement sur 3 ans et éventuellement dépréciées en fonction des perspectives de recettes futures.

2.2 IMMOBILISATIONS CORPORELLES ET FINANCIÈRES

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition. Elles sont amorties selon le mode linéaire ou dégressif. Les principales durées d'amortissement sont les suivantes :

Matériel roulant technique	3 ans
Matériel roulant autre	4 ans
Matériel technique	3 ou 4 ans
Matériel informatique - micro-ordinateurs	3 ou 4 ans
Matériel de bureau	5 ans
Matériel vidéo	6 ans
Installations générales	10 ans
Mobilier de bureau	10 ans

Les immobilisations financières sont évaluées à leur coût d'acquisition et éventuellement dépréciées si leur valeur d'inventaire le justifie.

2.3 STOCKS DE DROITS DE DIFFUSION

Les droits de diffusion assimilés à des biens incorporels consommables sont comptabilisés en stocks.

Les entrées sont comptabilisées au coût d'achat déduction faite des rabais, remises et ristournes obtenus mais hors escomptes de règlement.

La consommation des droits est calculée sur le nombre de diffusions de la manière suivante :

- Droits acquis pour une seule diffusion :
 - 100 % de la valeur contractuelle.
- Droits acquis pour plusieurs diffusions :
 - La première diffusion est valorisée à 67 % de la valeur contractuelle ;
 - La deuxième diffusion est valorisée à 33 % de la valeur contractuelle.

Les droits dont la diffusion est improbable font l'objet d'une provision pour dépréciation.

Une provision pour dépréciation est constituée lorsque leur valeur d'utilité est inférieure à leur coût de revient.

Par ailleurs, les contrats de préachat de vidéomusiques sont inscrits au bilan en charges constatées d'avance, et pris en charge au fur et à mesure de leurs diffusions.

2.4 CRÉANCES ET DETTES

Les créances et dettes sont inscrites pour leur valeur nominale.

Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque leur valeur d'inventaire est inférieure à leur valeur comptable.

Les créances et dettes libellées en devises, et ne faisant pas l'objet d'une couverture financière, sont converties au bilan sur la base des cours de change en vigueur à la date de clôture. Seules les pertes de change latentes sont enregistrées au compte de résultat.

2.5 VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT

Les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées pour leur valeur brute, une provision est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à leur coût d'acquisition.

2.6 ACTIONS PROPRES

Métropole Télévision détient des actions propres, destinées à couvrir l'exercice des options d'achat accordées aux salariés bénéficiaires. La société possède également des actions propres dans le cadre d'un contrat de liquidité.

Ces actions propres sont comptabilisées pour leur valeur brute et inscrites en valeurs mobilières de placement. Une provision est constituée :

- au passif du bilan lorsque le prix du marché ou le prix d'exercice est inférieur à leur coût d'acquisition ;
- à l'actif du bilan pour les actions auto-détenues suite au départ des bénéficiaires des plans, lorsque le prix du marché est inférieur à leur coût d'acquisition.

2.7 PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES

Les risques et charges, clairement individualisées, que des événements survenus ou en cours rendent probables, entraînent la constitution d'une provision. Chaque provision est valorisée à hauteur des incidences financières futures, estimées selon les informations disponibles à la date de clôture.

Ainsi, les filiales, ayant un actif réel négatif, font l'objet d'une provision pour risques à hauteur de leur situation nette.

2.8 PROVISION POUR INDEMNITÉS DE FIN DE CARRIÈRE

La provision pour retraite est calculée conformément à la norme IAS 19, selon une méthode actuarielle tenant compte des droits acquis par les salariés et de leur dernier salaire connu.

2.9 RECETTES PUBLICITAIRES

Les recettes publicitaires sont comptabilisées pour leurs montants nets de remises commerciales.

2.10 ENGAGEMENT HORS BILAN

Les engagements Hors Bilan sont essentiellement constitués par :

- les acquisitions de droits qui ont fait l'objet d'un engagement ferme avant le 31 décembre 2006, mais non encore contractualisé ;
- les coproductions pour lesquelles l'acceptation technique n'a pas été réalisée ;
- les redevances de transport d'images à venir sur les contrats existants.

2.11 INSTRUMENTS FINANCIERS

Afin de se protéger contre des fluctuations aléatoires des cours de change, M6 couvre les principales opérations effectuées en devises en utilisant des instruments financiers simples. Les opérations couvertes sont comptabilisées au taux de couverture.

3. NOTES SUR LE BILAN

3.1 ETAT DE L'ACTIF IMMOBILISÉ

L'évolution de l'actif immobilisé s'analyse de la manière suivante :

	31/12/05	Augmentations	Diminutions	31/12/06
Droits incorporels	-	-	-	-
Fonds commercial	-	-	-	-
Autres immobilisations incorporelles	107,1	2,7	0,1	109,7
Avances et acomptes versés	0,3	2,4	2,0	0,7
Immobilisations incorporelles	107,4	5,1	2,1	110,4
Installations techniques et matériel	18,5	2,8	1,8	19,5
Autres immobilisations corporelles	15,6	1,2	1,4	15,4
Immobilisations en cours	0,3	1,0	1,2	0,1
Immobilisations corporelles	34,4	5,1	4,5	35,0
Titres de participations	138,8	272,8	0,5	411,1
Créances sur participations	-	-	-	-
Prêts	19,1	-	2,4	16,7
Autres immobilisations financières	1,6	-	-	1,6
Immobilisations financières	159,5	272,8	2,9	429,4
Total de l'actif immobilisé	301,3	283,0	9,5	574,7

Les immobilisations incorporelles comprennent essentiellement des parts de coproduction de programmes.

Les mouvements réalisés, en 2006, sur les titres de participations concernent l'augmentation de capital de M6 Thématiques et l'acquisition de Mandarin Films

Les 16,7 M€ figurant en prêts correspondent au prêt consenti par M6 à sa filiale Immobilière M6 pour l'acquisition du siège social.

3.2 ÉTAT DES AMORTISSEMENTS

	Montant des amortissements à l'ouverture de l'exercice	Dotations de l'exercice	Diminutions éléments sortis de l'actif et reprises	Montant des amortissements à la fin de l'exercice
Droits incorporels	-	-	-	-
Immobilisations incorporelles	98,4	4,2	-	102,6
Immobilisations incorporelles	98,4	4,2	-	102,6
Installations techniques et matériel	14,8	1,7	1,5	15,0
Autres immobilisations corporelles	11,5	1,9	1,0	12,4
Immobilisations corporelles	26,3	3,6	2,5	27,4
Total des amortissements	124,7	7,8	2,5	130,0

3.3 ÉTAT DES PROVISIONS

Les provisions ont évolué de la façon suivante en 2006 :

	Montant au début de l'exercice	Dotations	Reprises (prov. utilisées)	Reprises (prov. non utilisées)	Montant en fin d'exercice
Amortissements dérogatoires sur licences	4,5	1,2	1,0	-	4,7
Provisions réglementées	4,5	1,2	1,0	-	4,7
Provisions pour litiges (1)	10,2	5,5	0,8	2,7	12,2
Provision pour achats d'actions (2)	8,2	2,2	7,4	0,1	2,9
Provision risque Filiales	2,5	-	-	-	2,5
Provision pour perte de change	-	-	-	-	-
Provisions sociales	7,4	0,7	1,6	0,8	5,7
Autres provisions pour charges (3)	23,7	15,3	7,6	5,2	26,2
Provisions pour risques et charges	52,0	23,7	17,4	8,8	49,5
Sur immobilisation incorporelles	2,1	1,3	2,1	-	1,3
Sur titres de participations (4)	20,7	-	-	0,3	20,4
Sur stocks	44,5	20,9	22,8	-	42,6
Sur créances d'exploitation	1,4	0,7	-	-	2,1
Sur valeurs mobilières de placement	7,3	-	-	0,4	6,9
Provisions pour dépréciation	76,0	22,9	24,9	0,7	73,3
Total	132,5	47,8	43,3	9,5	127,5
Dont dotations et reprises :					
D'exploitation		42,9	43,1		
Financières		-	0,7		
Exceptionnelles		4,9	8,9		

(1) Les provisions pour litiges sont destinées à couvrir les litiges ou contentieux existants au 31 décembre 2006

(2) La provision sur achats d'actions est destinée à couvrir le différentiel de cours entre le prix d'acquisition des actions propres, acquises dans le cadre des plans d'attributions d'options d'achat d'actions et des plans d'attributions gratuites d'actions, et le prix d'exercice des actions ainsi octroyées aux salariés.

(3) Les autres provisions pour charges concernent principalement des dépréciations de droits.

(4) La provision sur titres de participations concerne principalement la dépréciation des titres de la société M6 Foot.

3.4 STOCKS ET ENOURS

Les stocks et encours ont évolué de la façon suivante en 2006 :

	Montant au début de l'exercice	Acquisitions	Consommations / Transfert en stock	Droits invalides	Montant en fin d'exercice
Stocks	141,1	187,0	142,4	16,8	168,9
En-cours de stocks	10,2	53,4	58,2	-	5,4
Total	151,3	240,4	200,6	16,8	174,3

Les droits sur lesquels un risque de non diffusion existe ont fait l'objet d'une provision pour un montant de 42,6 M€ au 31 décembre 2006 (cf note 3.3)

3.5 CRÉANCES

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an
Actif immobilisé			
Créances rattachées à des participations	-	-	-
Prêts	16,7	-	16,7
Autres immobilisations financières	1,6	-	1,6
Total	18,3	-	18,3
Actif circulant			
Créances clients et comptes rattachés (1)	255,6	253,1	2,5
Autres créances (2)	152,8	84,1	68,7
Total	408,4	337,2	71,2
Total créances	426,7	337,2	89,5

(1) Les créances clients sont composées principalement de créances envers les annonceurs publicitaires.

(2) Dans les autres créances à moins d'un an figurent 32,6 M€ de créances de TVA

Les autres créances à plus d'un an sont constituées exclusivement de créances sur les filiales du groupe.

3.6 DETTES

Les dettes se décomposent selon l'échéancier suivant :

	Montant brut	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an et 5 ans au plus	Dont à plus de 5 ans
Concours bancaires	34,2	34,2		
Dépôts et cautionnements reçus	-	-		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	234,8	231,8	3,0	
Dettes fiscales et sociales	66,7	66,7		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	4,7	4,7		
Autres dettes	164,1	164,1		
Total	504,5	501,5	3,0	

Charges à payer incluses dans les chiffres ci-dessus :

- sur fournisseurs d'exploitation	136,9
- sur dettes fiscales et sociales	17,4
- sur fournisseurs d'immobilisations	-

3.7 VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT ET DISPONIBILITÉS

Elles se décomposent comme suit :

	31/12/06	31/12/05
Actions propres	13,9	25,4
Contrats de liquidité (actions auto-détenues et autres VMP)	3,4	3,1
Fonds commun de placements, SICAV	191,3	190,0
Disponibilités	10,0	22,8
Valeurs mobilières de placement et disponibilités	218,6	241,3
Dépréciation des actions propres	(6,9)	(7,3)
Total des VMP et disponibilités nettes	211,7	234,0

Au 31 décembre 2006, Métropole Télévision détient directement 255 002 actions propres. 20 000 autres actions propres sont mises à disposition dans le cadre du contrat de liquidité.

209 000 options d'achats d'actions ont été exercées en 2006 par leurs bénéficiaires donnant lieu à une diminution du nombre d'actions propres détenues.

Les valeurs mobilières de placement ne comportent pas de plus-values latentes, celles-ci ayant été réalisées au 31 décembre 2006.

3.8 CAPITAUX PROPRES

	1/01/06	Affectation du résultat	Autres variations		31/12/06
			Augmentations	Diminutions	
Capital	52,8				52,8
Prime d'émission	24,2				24,2
Réserve légale	5,3				5,3
Plus-value nette à long terme	-				-
Autres réserves	13,1				13,1
Report à nouveau	429,0	41,3			470,3
Résultat de l'exercice	166,2	(166,2)	144,6		144,6
Capitaux propres hors provisions réglementées	690,6	(124,9)	144,6		710,3
Provisions réglementées	4,5		1,2	1,0	4,7
Total capitaux propres	695,1	(124,9)⁽¹⁾	145,8	1,0	715,0

(1) Dividendes versés le 3 mai 2006

4. NOTES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

4.1 RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

	2006	2005	%
Recettes publicitaires écrans	625,5	606,4	3,15
Recettes publicitaires parrainage	35,7	31,3	14,03
Recettes diverses	3,2	3,0	5,86
Total chiffre d'affaires	664,4	640,7	3,70

Répartition géographique

France	93,70%
Europe	5,60%
Autres pays	0,70%

Les recettes publicitaires sont comptabilisées nettes de remises commerciales.

4.2 RÉSULTAT FINANCIER

Le résultat financier se décompose comme suit :

	2006	2005
Dividendes sur titres de participations	47,8	48,5
Intérêts comptes courants	3,7	6,1
Produits liés aux VMP	6,9	5,2
Dotation nette aux provisions pour perte de change	-	0,4
Dotation nette aux provisions liées aux participations financières	0,3	-
Dotation nette sur les actions propres	0,4	0,7
Différences de change	-	0,1
Autres (1)	-	(1,1)
Total résultat financier	59,1	59,9

(1) La perte financière de 1,1 M€ sur le poste "Autres" en 2005 correspondait aux charges d'intérêts sur les comptes courants.

4.3 RÉSULTAT EXCEPTIONNEL

Il s'explique de la manière suivante :

	2006	2005
Dotations nettes de provisions (amortissement dérogatoire compris)	3,9	23,6
Autres	(5,9)	(26,4)
Total résultat exceptionnel	(2,0)	(2,8)

4.4 IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

La société s'est déclarée mère d'un groupe au sens des dispositions des articles 223A et suivants du CGI.

La convention d'intégration fiscale retenue au sein du groupe est celle de la neutralité. Chaque filiale est donc imposée comme si elle était fiscalement indépendante.

Au titre de l'exercice 2006, une charge d'impôt a été constatée à hauteur de 43,6 M€ .

4.5 VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

	Résultat avant impôts	Impôts
Résultat courant	193,0	44,3
Résultat exceptionnel	(2,0)	(0,7)
Résultat avant impôt et participation des salariés	191,0	
Impôt de la société		43,6

4.6 ACHATS ET AUTRES CHARGES EXTERNES

Ce poste comprend principalement les prestations de diffusion analogique et numérique de la chaîne ainsi que la rémunération de la régie publicitaire.

5. NOTES SUR LES AUTRES ELEMENTS

5.1 ELÉMENTS RELATIFS AUX ENTREPRISES LIÉES OU ASSOCIÉES ET RELEVANT DE PLUSIEURS POSTES DE BILAN

	Entreprises liées (a)	Entreprises apparentées (b)
Participations	388,0	0,8
Créances rattachées à des participations	-	-
Prêts	16,7	-
Créances clients et comptes rattachés	4,0	-
Autres créances (1)	71,2	0,1
Emprunts et dettes financières diverses	-	-
Dettes rattachées à des participations	-	-
Dettes fournisseurs d'exploitation	29,7	1,0
Dettes fournisseurs d'immobilisations	0,9	-
Autres dettes	-	-
Charges financières	0,6	-
Produits financiers	3,8	0,4
(1) dont comptes courants des filiales	67,2	0,1

(a) entreprises avec lesquelles la société a un lien de participation supérieur à 50%

(b) entreprises avec lesquelles la société a un lien de participation compris entre 10 et 50%

5.2 COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

	Nombre d'actions	Nominal
1. Actions sociales composant le capital social au début de l'exercice	131 888 690	0,4 €
2. Actions sociales émises pendant l'exercice	-	-
3. Réduction du nominal des actions	-	-
4. Actions sociales composant le capital social en fin d'exercice	131 888 690	0,4 €

5.3 ENGAGEMENTS HORS-BILAN

Au 31 décembre 2006, les engagements hors-bilan se ventilent, par nature et par échéance, comme suit :

	Engagements aux 31/12/2006	Dont à un an au plus	Dont à plus d'un an	Engagements aux 31/12/2005	Conditions de mise en œuvre
Engagements donnés	772,1	225,5	546,6	749,8	
Achats de droits	649,3	146,6	502,7	607,4	Contrats signés
Engagements de coproductions	35,4	35,4	-	60,2	Contrats signés
Contrats de location satellite (1)	17,3	2,9	14,4	5,8	Contrats signés
Contrats de télédiffusion (1)	45,3	29,8	15,5	59,2	Contrats signés
Contrats liés à la TNT (1)	15,8	3,1	12,7	4,4	Contrats signés
Responsabilité passif des sociétés en nom collectif	5,8	5,8	-	6,3	Liquidation SNC
Engagements commerciaux	3,2	1,9	1,3	6,6	Contrats signés
Autres	-	-	-	-	
Engagements reçus	6,1	6,1	-	8,2	
Responsabilité passif des sociétés en nom collectif	5,8	5,8	-	6,3	Liquidation SNC
Engagements de ventes	0,3	0,3	-	2,0	Echéances annuelles
Autres	-	-	-	-	

(1) Ces contrats correspondent à des prestations de services. Les engagements ont été valorisés en prenant pour chaque contrat les montants restants dus jusqu'à leur échéance.

(2) Les engagements commerciaux correspondent principalement à des contrats de location de locaux.

5.4 EVALUATION DE LA CRÉANCE FUTURE D'IMPÔT À LA FIN DE L'EXERCICE

	Situation Active (+) au 31/12/2006	ou Passive (-)	d'impôt différé au 31/12/2006
Nature des différences temporaires			
Provisions réglementées	-	-	-
Impôt sur provisions non déductibles	14,4	(1,6)	12,8
Impôt sur moins-value à long terme	-	-	-

5.5 RÉMUNÉRATION ALLOUÉE AUX DIRIGEANTS

	Montant
Rémunérations allouées aux organes de direction	2,8

5.6 EFFECTIF MOYEN

L'effectif moyen de Métropole Télévision se répartit comme suit :

	Personnel salarié en 2006	Personnel salarié en 2005
Effectif permanent	548	522
Employés	66	71
Agents de maîtrise	124	127
Cadres	255	230
Journalistes	103	94
Effectif intermittent (équivalent temps plein)	68	80
Total	616	602

Le cumul des heures relatives au Droit Individuel formation pour l'année 2006 s'élève à 26 702 heures.

5.7 JETONS DE PRÉSENCE

Le montant des jetons de présence versés au cours de l'exercice s'élève à 115 035 Euros.

6. NOTE SUR LA CONSOLIDATION DES COMPTES

La société Métropole Télévision est mère d'un sous-groupe consolidé. Ses comptes sont par ailleurs consolidés par intégration globale dans les comptes de RTL Group.

7. ÉVÉNEMENTS IMPORTANTS POST-CLÔTURE

Aucun événement significatif n'est intervenu depuis la clôture de l'exercice.

8. RÉSULTATS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

Date d'arrêté Durée de l'exercice	31/12/06 12 mois	31/12/05 12 mois	31/12/04 12 mois	31/12/03 12 mois	31/12/02 12 mois
Capital en fin d'exercice (en euros)					
Capital social	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476
Nombre d'actions : ordinaires existantes	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690
Opérations et résultats (en millions d'euros)					
Chiffre d'affaires hors taxes	664,4	640,7	612,1	589,9	580,7
Résultat avant impôts, participation des salariés, dotation aux amortissements et provisions	199,7	236,2	205,6	213,9	208,4
Impôts sur les bénéfices	43,6	53,3	57,7	62,9	34,9
Participation des salariés due au titre de l'exercice	2,8	2,8	2,7	2,9	2,4
Résultat après impôts, participation des salariés, dotation aux amortissements et provisions	144,6	166,2	122,4	105,5	155,8
Résultat distribué	125,3	124,8	109,7	87,5	74,2
Résultat par action (en euros)					
Résultat après impôts, participation des salariés, avant dotation aux amortissements et provisions	1,16	1,37	1,10	1,12	1,30
Résultat après impôts, participation des salariés, dotation aux amortissements et provisions	1,10	1,26	0,93	0,80	1,18
Dividende attribué à chaque action	0,95	0,95	0,84	0,67	0,57
Personnel					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	616	602	549	549	534
Montant de la masse salariale de l'exercice*	34,9	31,5	30,0	29,2	26,6
Montant des sommes versées au titre avantages sociaux de l'exercice (Sécurité Sociale, oeuvres sociales...)*	15,7	16,3	14,0	15,6	11,3

Nota : La valeur nominale de l'action est passée de 4 € à 0,4 € lors de l'AGM du 26 mai 2000.

* (en millions d'euros).

9. TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS

(en milliers d'euros)	N° Siren	Capital	Réserves report à nouveau	Quote-part de capital détenue %	Ventilation comptable brute des titres détenus
Filiales					
M6 PUBLICITE sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	34094903100025	50	5	99,99	38
M6 FILMS sa 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	38072740400028	60	(5 023)	99,98	166
METROPOLE PRODUCTION sa 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	38247713100025	50	(1 969)	99,98	1 150
C. PRODUCTIONS sa 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	40790865600025	50	(127)	99,97	38
M6 INTERACTIONS sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	38890945900041	34 050	17 939	100,00	34 007
M6 THEMATIQUE sa 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	40310510900025	210 837	62 197	100,00	317 646
IMMOBILIERE M6 sa 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	39947635700021	9 600	3 729	100,00	9 147
M6 FOOT sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42313378400011	18 360	(18 299)	100,00	19 128
SCI 107 sci 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42169913300011	2	119	99,90	2
M6 DEVELOPPEMENT sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42811522400019	40	(46)	99,99	40
M6 STUDIO sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42811529900011	45	(162)	99,99	45
W9 PRODUCTIONS sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42881563300014	50	(961)	99,99	50
M6 AFFAIRES sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42881585600011	40	(26)	99,99	40
M6 BORDEAUX sas 9, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	43350336400013	40	(181)	99,99	40
M6 TOULOUSE sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	43350341400016	40	(139)	99,99	40
MANDARIN sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	40536317700024	114	(2 731)	100,00	2 500
SOCIETE NOUVELLE DE CINEMATOGRAPHIE 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	775670623000	882	88	100,00	12 914
MANDARIN FILMS 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	413109984	46	6	100,00	11 431
Participations					
LABO PRODUCTIONS sarl 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	42369616000013	10	(56)	25,50	2
SOCIETE NOUVELLE DE DISTRIBUTION sa 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	41485722700030	14 692	(2 945)	7,12	1 650
M6 WEB sas 89, Avenue Charles de Gaulle — 92200 NEUILLY	41454946900016	740	76	6,75	50
METROPOLEST sa Rue Théophraste Renaudot — 54180 HOUEMONT	39473579900014	40	-	49,88	19
EUROPEAN NEWS EXCHANGE sa 45 bld Pierre Frieden — 1543 LUXEMBOURG-KIRCHBERG		496	(108)	20,00	100
TCM DROITS AUDIOVISUELS snc 3, rue du commandant Rivière — 75008 PARIS	40952892400031	240	-	50,00	655
TCM GESTION sa 145 Quai de Stalingrad — 92130 ISSY-LES-MOULINEAUX	40952934400031	40	(3)	49,88	20
MULTIPLEX R4 (MULTI 4)	44975397900011	60	3	16,67	10

Ventilation comptable nette des titres détenus	Prêts et avances consentis et non remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires de l'avant dernier exercice écoulé	Chiffre d'affaires du dernier exercice écoulé	Résultats de l'avant dernier exercice écoulé	Résultats du dernier exercice écoulé	Dividendes encaissés par la société au cours du dernier exercice
38	-	-	69 630	75 449	26 730		26 742
-	7 358	-	1 860	1 818	(1 687)	(102)	
-	17 266	-	22 513	26 867	(1 620)	(1 495)	
38	3 398	-	15 544	16 260	31	316	
34 007	12 989	-	103 020	100 387	17 217	20 780	13 775
317 646	-	-	3 330	3 520	1 813	3 774	
9 147	16 667	-	6 669	7 049	1 139	1 230	
42	482	-	-	-	23	23	
2	7 063	-	1 311	1 404	208	(234)	
40	115	-	861	966	2	(5)	
45	8 250	-	-	9 193	(143)	(437)	
50	6 291	-	11 480	6 858	(966)	(2 076)	
40	-	-	84	79	(2)	(1)	
40	737	-	839	1 062	(69)	145	
40	845	-	880	968	(54)	82	
2 500	2 437	-	564	83	(1 449)	(288)	
12 914	-	-	2 308	3 007	1 088	1 663	2 722
11 431			-	2 583	-		
2	81	-	117	1	(64)	(15)	-
1 650	17 926	-	48 005	84 619	(8 544)	425	-
50	-	-	49 767	76 597	10 630	22 133	718
19	11	-	NC	NC	NC	NC	
100	-	-	NC	NC	NC	NC	
655	-	-	19 009	19 705	7 674	10 241	
20	-	-	1	2	-	-	
10	-	-	55	46	1	1	

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

Exercice clos le 31 décembre 2006

RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2006, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Métropole Télévision S.A., tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

1 - Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

2 - Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Les notes 2.1.2 et 2.3 de l'annexe exposent les règles et méthodes comptables relatives aux coproductions et aux droits de diffusion. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par notre société, nous avons vérifié le caractère approprié de ces méthodes comptables et des informations fournies dans les notes de l'annexe et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

La note 2.2.2 de l'annexe relative aux règles et méthodes comptables expose la méthode d'évaluation des immobilisations financières par votre société à la clôture de l'exercice. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié de cette méthode comptable et les informations fournies dans la note de l'annexe.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

3 - Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur :

- la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Directoire et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels,
- la sincérité des informations données dans le rapport de gestion relatives aux rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux concernés ainsi qu'aux engagements consentis en leur faveur à l'occasion de la prise, de la cessation ou du changement de fonctions ou postérieurement à celles-ci.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital et des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris La Défense,
le 3 avril 2007

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Neuilly-sur-Seine,
le 3 avril 2007

Ernst & Young et Autres

Bruno Bizet
Associé

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

Exercice clos le 31 décembre 2006

RAPPORT SPÉCIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS ET ENGAGEMENTS RÉGLEMENTÉS

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions et engagements réglementés.

Conventions et engagements autorisés au cours de l'exercice

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence de conventions ou engagements, mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de ceux dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé.

Il vous appartient, selon les termes de l'article R.225-58 du Code de commerce (ancien article 117 du décret du 23 mars 1967), d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions et engagements en vue de leur approbation.

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention et engagement visés à l'article L. 225-86 du Code de commerce.

Conventions et engagements approuvés au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

Par ailleurs, en application des articles L.225-86 et R.225-58 du Code de commerce (ancien article 117 du décret du 23 mars 1967), nous avons été informés que l'exécution des conventions et engagements suivants, approuvés au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

Convention de placement de Trésorerie

- Nature et objet :
Convention de placement de trésorerie entre Métropole Télévision S.A. et Immobilière Bayard d'Antin S.A.
- Modalités :
Métropole Télévision S.A. a la possibilité de prêter ses disponibilités de trésorerie à la société Immobilière Bayard d'Antin soit au jour le jour, soit en bloquant une partie de ce prêt sur une période ne pouvant excéder 3 mois.

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions de marché.

Afin de respecter la politique de placement de Métropole Télévision, le placement à Bayard d'Antin ne pourra excéder 20% des liquidités bancaires du groupe Métropole Télévision.

Les intérêts sont calculés sur le montant des placements à savoir :

- pour des périodes de placement directement fixées à 1, 2 ou 3 mois, la rémunération sera l'EURIBOR 1 mois, 2 mois ou 3 mois + 5 points de base.
- les placements au jour le jour, effectués par Métropole Télévision S.A. à la société Immobilière Bayard d'Antin S.A. seront rémunérés à hauteur de l'EONIA + 5 points de base.

Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2006, le montant moyen du placement s'est élevé à 35 000 188 euros et les produits financiers engendrés par cette convention se sont élevés à 1 000 029 euros.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Paris La Défense,
le 3 avril 2007

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Neuilly-sur-Seine,
le 3 avril 2007

Ernst & Young et Autres

Bruno Bizet
Associé

Informations Juridiques

230	1. Gouvernement d'entreprise
231	1.1. Composition et fonctionnement du Directoire
233	1.2. Composition et fonctionnement du Conseil de Surveillance
242	1.3. Compléments d'informations relatifs aux membres du Directoire et du Conseil de Surveillance
242	1.4. Commissaires aux Comptes
243	1.5. Rapport du Président du Conseil de Surveillance
249	1.6. Rapport des Commissaires aux Comptes
251	2. Renseignements concernant la société et le capital
251	2.1. Renseignements concernant la société
254	2.2. Renseignements concernant le capital
259	2.3. Renseignements concernant les filiales et participations de la société et des sociétés contrôlées
262	2.4. Autres informations relatives aux comptes sociaux
263	3. Assemblée Générale
263	3.1. Déroulement et ordre du jour de l'Assemblée Générale Mixte du 2 mai 2007
264	3.2. Rapport du Directoire à l'Assemblée Générale Mixte
266	3.3. Observations du Conseil de Surveillance à l'Assemblée Générale Mixte du 2 mai 2007
267	3.4. Rapport des Commissaires aux Comptes
271	3.5. Texte des résolutions
280	3.6. Responsable du document de référence
280	3.7. Responsables de l'information financière
280	3.8. Informations incluses par référence
281	4. Table de concordance AMF

1. GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Les règles de gouvernement d'entreprise du Groupe M6 respectent les normes et recommandations en vigueur en France.

Les modalités en sont explicitées dans le rapport du Président du Conseil de Surveillance.

RÈGLES APPLICABLES AUX OPÉRATIONS SUR INSTRUMENTS FINANCIERS DES MANDATAIRES SOCIAUX

Les règles applicables aux opérations sur instruments financiers des mandataires sociaux sont détaillés dans le code de Déontologie de la société.

Ces règles précisent qu'en raison de la nature de leurs fonctions ou de leurs tâches, les mandataires sociaux de M6, à savoir les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance peuvent avoir connaissance d'informations privilégiées. Le terme « information privilégiée » signifie une information non publique précise (chiffre d'affaires, performances, projet de toute nature, etc) qui si elle était

rendue publique, pourrait avoir une incidence sur le cours de l'action M6, et, d'une façon générale, sur son activité.

Les règles stipulent que les mandataires sociaux ne doivent pas exploiter pour leur compte propre ou pour le compte d'autrui, une telle information sur le marché financier, soit directement, soit par personne interposée, en achetant ou en vendant des actions ou des produits financiers liés à ces actions. Ils doivent donc s'abstenir de communiquer l'information privilégiée à des fins autres ou pour une activité autre que celles à raison desquelles elle est détenue. Ceci s'applique aussi bien aux informations privilégiées concernant l'activité courante de la société, qu'à celles concernant la préparation ou l'exécution d'une opération financière.

Conformément à la réglementation en vigueur, les mandataires sociaux sont soumis aux obligations déclaratives concernant les opérations sur titres effectuées et aux restrictions relatives aux périodes d'intervention.

1.1. COMPOSITION ET FONCTIONNEMENT DU DIRECTOIRE

La société Métropole Télévision est de forme anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance.

1.1.1. COMPOSITION DU DIRECTOIRE

Le Directoire est nommé pour une durée de cinq ans, il est composé depuis le 22 novembre 2006 de quatre membres, personnes physiques, désignés par le Conseil de Surveillance, rémunérés par le Groupe Métropole Télévision et d'âge inférieur à 65 ans.

Membres du Directoire	Âge	Fonction Principale exercée dans la société	Date de 1 ^{re} nomination	Date d'échéance du mandat
Nicolas de Tavernost	56 ans	Président du Directoire	26/05/2000	2010
Thomas Valentin	52 ans	Vice-Président du Directoire, en charge des programmes	26/05/2000	2010
Éric d'Hotelans	56 ans	Vice-Président du Directoire, en charge de la gestion	14/11/2003	2010
Catherine Lenoble	57 ans	Membre du Directoire, en charge de la publicité	28/01/2001	2010

1.1.2. FONCTIONNEMENT DU DIRECTOIRE

Le Directoire est investi des pouvoirs les plus étendus à l'égard des tiers pour agir en toutes circonstances au nom de la société, conformément aux dispositions de l'article 18 des statuts. Les opérations d'investissement ou de désinvestissement dont le montant unitaire dépasse 20 M€ restent cependant soumises à l'autorisation du Conseil de Surveillance.

Le Directoire se réunit aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige et usuellement une fois par semaine.

MEMBRES DU DIRECTOIRE

Nicolas de Tavernost

Mandats et fonctions exercés

Hors Groupe M6

- Membre du Conseil de Surveillance de Ediradio SA
- Administrateur de Antena 3 (Espagne)

Au sein du Groupe M6

- Administrateur de Extension TV SA ; de TF6 Gestion SA et de Société Nouvelle de Distribution SA
- Représentant permanent de :
 - Métropole Télévision en sa qualité d'administrateur de Home Shopping Service S.A et de Mistergooddeal SA
 - Home Shopping Services en sa qualité d'administrateur de Télévente Promotion SA
 - Métropole Télévision en sa qualité d'administrateur de la SASP Football Club des Girondins de Bordeaux et de Paris Première SA
 - Métropole Télévision en sa qualité de Président de : M6 Publicité SAS ; M6 Affaires SAS ; M6 Toulouse SAS ; M6 Bordeaux SAS et de M6 Foot SAS
 - Métropole Télévision en sa qualité de Membre du Comité des actionnaires de Multi4 SAS

- M6 Interactions en sa qualité de Président de M6 Développement SAS
- M6 Thématique en sa qualité de Président de M6 Numérique SAS
- Métropole Télévision en sa qualité de Gérant associé de la SCI du 107, av. Charles de Gaulle

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Hors Groupe M6

- Administrateur de Ediradio SA, Business Interactif et de Hôtel Saint-Dominique (à titre personnel)

Au sein du Groupe M6

- Représentant permanent de M6 Thématique en sa qualité de Gérant associé de SEDI TV SNC
- Représentant permanent de M6 Thématique en sa qualité de Gérant associé de M6 Numérique SNC
- M6 Interactions en sa qualité de Président de M6 Créations SAS
- M6 Numérique en sa qualité d'administrateur de TPS Gestion SA

Thomas Valentin

Mandats et fonctions exercés

■ Hors Groupe M6

- Administrateur de Five SA

■ Au sein du Groupe M6

- Président du Conseil d'Administration de M6 Films SA ; Métropole Production SA et de C. Productions SA
- Président de Mandarin SAS ; M6 Studio SAS
- Administrateur de Société Nouvelle de Distribution SA ; Extension TV SA et TF6 Gestion SA
- Représentant permanent de :
 - Métropole Production en sa qualité d'Administrateur de M6 Diffusion SA
 - M6 Films en sa qualité d'administrateur de Paris Première SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

■ Hors Groupe M6

Néant

■ Au sein du Groupe M6

- Président de W9 Productions SAS
- Représentant permanent de M6 Thématique en sa qualité d'Administrateur de TPS Gestion SA

Éric d'Hotelans

Mandats et fonctions exercés

■ Hors Groupe M6

Néant

■ Au sein du Groupe M6

- Président du Conseil d'Administration de Mistergooddeal SA
- Président Directeur Général de Home Shopping Services SA et de Télévente Promotion SA
- Président de M6 Web SAS ; M6 Interactions SAS ; Unité 15 Fulfillment SAS ; Retail Concept SAS et de Tecipress SAS
- Administrateur de SASP Football Club des Girondins de Bordeaux et de Echo6 SAS
- Représentant permanent de :
 - Unité 15 Fulfillment en sa qualité d'administrateur de Télévente Promotion SA ;
 - M6 Thématique en sa qualité d'administrateur de Paris Première SA ;
 - M6 Interactions en sa qualité d'administrateur de Société Nouvelle Distribution SA ;
 - Home Shopping Services, en sa qualité d'administrateur de Mistergooddeal SA ;
 - Métropole Télévision, en sa qualité d'administrateur de M6 Films SA ;
 - Métropole Télévision, en sa qualité d'administrateur de C. Production SA.
- Gérant de Citato SARL

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

■ Hors Groupe M6

Néant

Catherine Lenoble

Mandats et fonctions exercés

■ Hors Groupe M6

Néant

■ Au sein du Groupe M6

- Représentant permanent de :
 - M6 Publicité en sa qualité d'administrateur de M6 Diffusion ; M6 Éditions SA ; M6 Événements SA ; Paris Première SA et de Mistergooddeal SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

■ Hors Groupe M6

- Administrateur de Novacor SA (à titre personnel)

■ Au sein du Groupe M6

- M6 Publicité en sa qualité de Gérant non associé de Sedi TV SNC

1.2. COMPOSITION ET FONCTIONNEMENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

1.2.1. COMPOSITION DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Jusqu'à la date d'établissement du présent document, le Conseil de Surveillance de Métropole Télévision était composé de onze membres, personnes physiques, nommés pour une durée de quatre années.

Il n'y a pas de membres du Conseil de Surveillance élu par les salariés.

Après examen de la situation de chacun des membres au regard des critères d'indépendance fixés par le « rapport Bouton », le Conseil de Surveillance a constaté qu'au moins un tiers de ces membres est indépendant, à savoir MM. Gérard Worms, Albert Frère, Bernard Arnault, Jean Laurent, et Guy de Panafieu car n'entretenant aucune relation avec la société, son groupe ou sa direction, de nature à compromettre l'exercice de leur liberté de jugement.

Les membres du Conseil disposent d'une très grande expérience qu'ils mettent au service du Conseil de Surveillance de Métropole Télévision.

Par ailleurs, il est établi que tout membre du Conseil de Surveillance qui serait intéressé directement ou indirectement par une décision soumise au Conseil ne prend pas part au vote.

Membres du Conseil de Surveillance en exercice

Membres du Conseil	Age	Fonction Principale exercée dans la société	Date de 1 ^{re} nomination	Année d'échéance du mandat	Date de sortie	Taux d'assiduité-séances 2006 **
Albert Frère *	81 ans	Président	26 mai 2000	2008		60%
Gérard Worms*	70 ans	Vice-Président	26 mai 2000	2008		100%
Elmar Heggen	38 ans	Membre	22 nov 2006	2008		100%
Rémy Sautter	62 ans	Membre	26 mai 2000	2008		100%
Gerhard Zeiler	51 ans	Membre	8 mars 2002	2008		100%
Guy de Panafieu *	64 ans	Vice-Président	18 février 2004	2008		100%
Bernard Arnault *	58 ans	Membre	18 février 2004	2008		20%
Jean Laurent *	62 ans	Membre	18 février 2004	2008		60%
Constantin Lange	39 ans	Membre	7 mars 2006	2008		75%
Vincent de Dorlodot	42 ans	Membre	18 mars 2004	2008		100%
Axel Duroux	43 ans	Membre	6 février 2007	2008		NA
Axel Ganz	69 ans	Membre	7 mars 2003		1 ^{er} janv 2007	100%
Ignace Van Meenen	38 ans	Membre	31 janvier 2006		1 ^{er} oct 2006	100%
Yves-Thibault de Silguy	58 ans	Membre	7 mars 2003		30 juin 2006	100%

* Membre indépendant : « Un membre du Conseil de Surveillance est indépendant lorsqu'il n'entretient aucune relation avec la société, son groupe ou sa direction, de nature à compromettre l'exercice de sa liberté de jugement. »

(source rapport Bouton)

** Le taux d'assiduité est calculé sur la période effective du mandat au cours de l'exercice 2006

MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE EN EXERCICE

Albert Frère

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Très jeune, Albert Frère s'intéresse au commerce de sa famille avant de se lancer résolument dans l'aventure industrielle. Avec ses associés, il acquiert la maîtrise de l'ensemble des entreprises sidérurgiques du bassin de Charleroi et en diversifie la production tout en modernisant leurs installations.

En 1981, en association avec d'autres hommes d'affaires, il fonde Pargesa Holding, à Genève.

L'année suivante, cette société entre dans le capital de Groupe Bruxelles Lambert SA, à Bruxelles.

La mise en place du Groupe Pargesa-GBL s'accompagne d'une internationalisation de ses activités et d'une diversification dans trois secteurs clés : finance, énergie/services et communication (audiovisuel).

Il est notamment Grand Officier de l'Ordre de Léopold (Belgique) et Grand Officier de la Légion d'honneur (France).

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil d'Administration et Administrateur Délégué du Groupe Bruxelles Lambert SA (Belgique)
- Président du Conseil d'Administration Frère-Bourgeois SA, ERBE SA, Financière de la Sambre SA ; Stichting Administratiekantoor Frère-Bourgeois
- Vice-Président, Administrateur Délégué et membre du Comité de Direction de Pargesa Holding SA
- Vice-Président du Conseil d'Administration de Suez
- Administrateur de LVMH SA, Château Cheval Blanc SA ; Fondation « FRESERTH » (Belgique), Centre TSIRA Asbl
- Administrateur de Gruppo Banca Leonardo (depuis avril 2006)
- Membre du Conseil d'Administration de l'université du Travail Paul Pastur
- Membre du Comité International de Assicurazioni Generali SpA (Italie)
- Membre du Conseil Stratégique de l'université libre de Bruxelles (ULB)
- Régent Honoraire de la Banque Nationale de Belgique
- Président honoraire de la Chambre du Commerce et d'Industrie de Charleroi
- Conseiller Honoraire du Commerce Extérieur

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Administrateur de CLT/UFA Luxembourg

- Président du Conseil d'Administration de Electrafina et de Petrofina
- Vice-Président et administrateur de TotalFinaElf
- Administrateur de COPAREX International S.A
- Commissaris Parjointco NV, Agesca Nederland NV et de Frère-Bourgeois Holding BV
- Membre du Conseil Consultatif International de Power Corporation du Canada (Canada)

Gérard Worms

Nombre d'actions de la société détenues : 300

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Diplômé de l'École polytechnique en 1957, puis de l'École nationale supérieure des mines en 1960, Ingénieur en chef des Mines, Gérard Worms a rejoint le Groupe Rothschild en octobre 1995.

Après un début de carrière en tant que conseiller du ministre de l'Industrie, Olivier Guichard, puis du Premier ministre, Jacques Chaban-Delmas, il a été Directeur général du Groupe Hachette, puis Directeur général de Rhône-Poulenc, en charge notamment de la fonction financière et des activités pharmaceutiques.

Il a ensuite été Directeur général puis Président de la Compagnie de Suez, Président de la Banque Indosuez et du Groupe d'assurances Victoire. Président d'honneur de l'Association Nationale de la Recherche Technique et de la Société d'Économie Politique, il est, outre ses fonctions de Vice-Président chez Rothschild Europe, Président en exercice de Rexecode, l'un des principaux instituts français de prévision économique (ICC) depuis juin 2006. Décoration : Officier de la Légion d'honneur – Publications : *Les Méthodes modernes de l'économie appliquée*, éd. Dunod.

Mandats et fonctions exercés

- Vice-Président de Rothschild Europe
- Administrateur des Éditions Atlas SA et de Cofide SA
- Membre du Conseil de Surveillance de Publicis SA ; Médias et de Régies Europe SAD ; Paris-Orléans SA et de SIACI SA
- Censeur de ONDEO Degrémont SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président du Conseil d'Administration de la SGIM SA
- Associé Gérant de Rothschild & Cie Banque et de Rothschild & Cie SCS
- Président de la chaîne thématique Histoire SA
- Administrateur de Mercapital S.A ; ONDEO Degrémont SA ; Paris-Orléans SA et de SIACI SA
- Censeur et membre du Conseil de Surveillance de Francarep SA

Guy de Panafieu

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Guy de Panafieu est *Senior Advisor* de Calyon Corporate and Investment Bank, Président du Comité Inde de Medef International et Vice-Président du BIAC (Comité Consultatif de l'OCDE pour l'industrie). Il a été Président du Groupe BULL de 1997 à 2001. Il a travaillé dans le Groupe Lyonnaise des Eaux, de 1983 à 1997, dans différents postes de direction et en dernier lieu comme Vice-Président Directeur Général.

De 1968 à 1982, il a travaillé au ministère de l'Économie et des Finances, avec diverses responsabilités dans le secteur du commerce extérieur et des relations économiques internationales.

Il a été conseiller technique à la présidence de la République, de 1978 à 1981, pour les questions économiques internationales. Il est diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris, licencié ès lettres et sciences économiques, ancien inspecteur des finances.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil de Surveillance de Gras Savoye SCA
- Membre du Conseil de Surveillance de l'IDI SCA
- Membre du Conseil d'Administration de SANEF SA

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

Néant

Gerhard Zeiler

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Gerhard Zeiler a été nommé par Bertelsmann en qualité de CEO de RTL Television en novembre 1998, fonction qu'il a continué d'occuper lorsqu'en mars 2003, il a été appelé au poste de CEO de RTL Group. En septembre 2005, il a décidé de se concentrer exclusivement sur ses activités au sein de RTL Group.

Dans le cadre de son mandat de CEO à RTL Group, Gerhard Zeiler est également membre du Conseil de Surveillance de M6 en France. Depuis octobre 2005, il est aussi membre du Directoire de Bertelsmann AG, l'actionnaire principale de RTL Group. En août 2006, le Conseil d'Administration de RTL Group a renouvelé le contrat de Gerhard Zeiler en tant que CEO jusqu'en mai 2011.

Gerhard Zeiler a démarré sa carrière comme journaliste avant de devenir porte-parole du ministre autrichien de l'Éducation et des Arts, un poste qu'il a conservé quand celui-ci a été nommé chan-

celier fédéral autrichien en 1983. Ensuite, il est devenu secrétaire général du radiodiffuseur public autrichien « ORF » de 1986 à 1990. Après une période de deux ans en qualité de CEO de Tele 5 et une autre période de deux ans en qualité de CEO de RTL II, il a été nommé CEO de ORF en 1994, fonction qu'il a occupée jusqu'en novembre 1998.

Mandats et fonctions exercés

- Administrateur et Administrateur délégué de RTL Group SA et de CLT-UFA SA (Luxembourg)
- Président du Conseil d'Administration de M-RTL ZRT (Hongrie)
- Président du Conseil de Surveillance de RTL Television GmbH (Allemagne)
- Membre du Conseil de Surveillance de RTL Hrvatska doo za usluge (Croatie)
- Membre du Directoire de Bertelsmann AG (Allemagne)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Administrateur de RTL Nederland SA (Luxembourg)
- Gérant de RTL Television GmbH (Allemagne), RTL Plus SA (Luxembourg)
- Mitglied des Beirats de IP Deutschland GmbH, RTL Enterprises GmbH, RTL Shop GmbH (Allemagne)
- Vorsitzender des Aufsichtsrats de RTL Interactive GmbH, VOX Film-und Fernseh GmbH (Allemagne) FreemantleMedia SA, broadcasting
- Président du Conseil d'Administration de Center Europe SA (Luxembourg), Channel 5 Television Ltd (Royaume-Uni)
- Gérant de UFA Film-Und Fernseh GmbH (Allemagne)
- Membre du Conseil de Surveillance de Nachrichtenfernsehen Beteiligungs- GmbH (N-TV) (Allemagne), Ediradio SA (France)

Rémy Sautter

Nombre d'actions de la société détenues : 690

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Rémy Sautter est Licencié en droit et diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris et de l'École nationale d'Administration. Il a débuté sa carrière au sein de la Caisse des dépôts et consignations (1971-1981) avant d'être nommé conseiller technique au cabinet du ministre de la Défense pour les affaires financières et budgétaires (1981-1983).

Il a ensuite été Directeur Financier de l'agence Havas de 1983 à 1985 et Vice-Président Directeur Général de RTL Radio jusqu'en 1996. Remy Sautter a occupé les fonctions de Directeur Général de la CLT-UFA jusqu'en 2000 avant d'occuper les fonctions de

Président Directeur Général de RTL Radio jusqu'en 2002.
Il est, depuis décembre 2002, Président du Conseil de Surveillance de RTL Radio.

Mandats et fonctions exercés

- Président-directeur général de Immobilière Bayard d'Antin SA
- Président du Conseil de Surveillance de Ediradio SA
- Président de Five/Channel 5 Television Group Ltd
- Président du Conseil de Surveillance de RTL
- Administrateur de SERC / RTL 2, de SODERA / FUN Radio, d' IP (régie publicitaire), de IP Régions.
- Administrateur de SASP Football Club des Girondins de Bordeaux.
- Administrateur de Pages Jaunes SA
- Membre du Conseil de Surveillance d'INSERT et de NAVIMO (Duke Street Capital)
- Administrateur de Taylor Nelson Sofrès Ltd
- Administrateur de Partner Reinsurance Ltd
- Administrateur de Thomson
- Administrateur de TVI SA Belgique

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président Directeur Général de Ediradio SA
- Administrateur de Wanadoo SA et de M6 Publicité SA
- Président du Conseil d'Administration de Société Nouvelle de Distribution SA
- Président de la SICAV Multimédia et Technologies

Bernard Arnault

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Bernard Arnault choisit la carrière d'ingénieur, qu'il exerce au sein de l'entreprise Ferret-Savinell. En 1974, il en devient Directeur de la Construction, puis Directeur Général en 1977 et enfin Président en 1978. Il le restera jusqu'en 1984, date à laquelle il devient Président Directeur Général de Financière Agache SA et de Christian Dior SA. Il entreprend alors de réorganiser le Groupe Financière Agache dans le cadre d'une stratégie de développement fondée sur les marques de prestige. Il fait de Christian Dior la pierre angulaire de cette structure.

En 1989, il devient le principal actionnaire de Moët-Hennessy-Louis Vuitton (LVMH), et crée ainsi le 1^{er} Groupe mondial du luxe. Il en prend la présidence et l'exerce depuis cette date.

Mandats et fonctions exercés

- Président Directeur Général de LVMH Moët-Hennessy-Louis

Vuitton SA (France)

- Président du Conseil d'Administration de Christian Dior SA (France)
- Président de Groupe Arnault SAS (France)
- Président du Conseil d'Administration de la Société Civile du Cheval Blanc (France)
- Administrateur de :
 - Christian Dior Couture, SA (France)
 - LVMH Moët-Hennessy-Louis Vuitton (Japon) KK Japon
- Membre du Conseil de Surveillance de Lagardère SCA (France)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président et Directeur Général de Montaigne Participations et Gestion (France)
- Administrateur de :
 - Financière Jean Goujon, SA (France)
 - Vivendi Universal, SA (France)
 - Moët Hennessy Inc. (États-Unis)
- Directeur Général de Christian Dior, SA (France)
- Représentant légal de Christian Dior, Président de Montaigne Développement, SAS (France)
- Représentant légal de Montaigne Participations et Gestion, Président de Gasa Développement (France) et de Société Financière Saint Nivard (France)
- Représentant Permanent de Montaigne Participations et Gestion, Administrateur de Financière Agache (France)

Vincent de Dorlodot

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Vincent de Dorlodot a été nommé en qualité de *General Counsel* de RTL Group en avril 2000.

Diplômé en droit des universités de Louvain (Belgique) et Leiden (Pays-Bas), Vincent de Dorlodot est également titulaire d'un master en droit de la Duke University (USA). Il a débuté sa carrière en 1990 comme avocat au sein du cabinet Brandt, Van Hecke et Lagae (maintenant Linklaters De Brandt).

Il a ensuite intégré le Groupe Bruxelles Lambert en qualité de conseiller juridique en 1995, avant de rejoindre RTL Group en 2000.

Mandats et fonctions exercés

- Général Counsel de RTL Group S.A
- Président du Conseil d'Administration de B & CE SA (Luxembourg)
- Administrateur de Audiomedia Investments SA ; CLT UFA SA et de RTL Group Germany SA (Luxembourg)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Président du Conseil d'Administration de FremantleMedia SA
- Administrateur de CLT-UFA Holding SA ; LUXAIR SA ; RTL 4 Radio SA (Luxembourg) ; Sportfive SA (France) ; IP Polska SP ZOO (Pologne) et de Suprafin SA (Belgique)

Jean Laurent

Nombre d'actions de la société détenues : 110

Biographie et fonction principale exercée en dehors de la société

Ingénieur civil de l'aéronautique (École nationale supérieure de l'aéronautique) et titulaire d'un master de sciences de la Wichita State University (États-Unis), Jean Laurent est depuis mai 2000, Président du Conseil d'Administration de Calyon ; il était administrateur de Crédit Agricole Indosuez (devenu Calyon en mai 2004) depuis 1997. Jean Laurent a effectué toute sa carrière au sein du Groupe Crédit Agricole. Il a été successivement sous-directeur de la Caisse régionale de Toulouse puis du Loiret, avant d'être nommé directeur général adjoint de la Caisse régionale de Paris et d'Ile-de-France. Il a rejoint la CNCA en qualité de directeur central en 1993, puis de directeur général adjoint de 1994 à 1999.

Jean Laurent a été Président du Conseil d'Administration du Crédit Lyonnais de 2003 à la fin 2005. Il est par ailleurs membre du comité exécutif de la Fédération bancaire française (FBF), dont il a été le 1^{er} Président, de janvier 2001 à juin 2002.

Mandats et fonctions exercés

- Administrateur et Vice-Président de Banco Espirito Santo SGPS (Portugal)
- Président du Conseil d'Administration de CALYON SA
- Membre du Conseil de Surveillance et du comité financier de Eurazeo SAD
- Administrateur et membre du Comité de Nomination et de Rémunération de Groupe Danone SA
- Président du Conseil d'Administration de l'Institut Europlace de Finance (Association Loi 1901)

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Administrateur de Banca Intesa SPA (Italie), Sofinco, Banque de Gestion Privée Indosuez, Crédit Agricole Asset Management, Amacam et de la SA Rue Impériale
- Directeur général et Président du Comité Exécutif du Crédit Agricole S.A. et Directeur Général Adjoint de la Caisse Nationale de Crédit Agricole
- Président du Conseil d'Administration du Crédit Lyonnais SA
- Membre (Associations Loi 1901) du : Comité Exécutif de la Fédération Bancaire Française, du Conseil de l'Association

Française des Banques et de Paris-Europlace, du bureau de l'Association Française des Ets de crédits et des entreprises d'investissements

- Vice-Président de Pacifica, de Prédica et de Banca Intesa
- Président et Administrateur du Comité de direction du CEDICAM
- Administrateur et Président d'Union d'Études et d'Investissement, de Segespar
- Membre du Conseil National du Crédit et du Titre

Constantin Lange

Nombre d'actions de la société détenues : 100

Biographie et fonctions principales exercée en dehors de la société

Après avoir terminé ses études d'économie en France et en Allemagne, Constantin Lange a obtenu un MBA au Massachusetts Institute of Technology. En 1993, il a débuté comme assistant au sein de Bertelsmann au Département Business Development à Gütersloh. Après avoir été chef de projet au sein de UFA à Hamburg et *Office Manager* du Président, il a été nommé, début 1997, en qualité de chef des activités *ongoing* Pay TV. En octobre 1997, Constantin Lange est devenu Vice-Président du Business Development TV International.

En mai 1999, il a terminé son doctorat à l'université Hohenheim. En mars 2000, il a été nommé en qualité de secrétaire général et membre du Comité de gestion de RTL Television à Cologne et était responsable des départements Affaires juridiques, Acquisition et vente de programmes et Ressources humaines. En mars 2003, il a été nommé CEO de RTL Interactive GmbH, la filiale Internet et digital business de RTL Television. Dans le cadre de ses fonctions, il est également responsable pour les sociétés RTL Shop, Univer-sum Film, RTL Enterprises et RTL media services.

Mandats et fonctions exercés

- Président du Conseil (Beirat) de RTL Shop GmbH, RTL Enterprises GmbH et Univer-sum Film GmbH
- Gérant de RTL interactive GmbH, Traumpartner TV et RTL Media Services
- Membre du Conseil de Surveillance de Starbet Holding AG
- Membre du Directoire de RTL Television GmbH

Mandats et fonctions expirés au cours des cinq derniers exercices

- Membre du Conseil (Beirat) de IP Deutschland GmbH, MMC (Magic Media Company TV-Produktionsgesellschaft mbH) et VOX Film- und Fernseh-GmbH & Co. KG
- Membre du Conseil (Beirat) de RTL interactive GmbH

**MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE
DONT LA COOPTATION EST SOUMISE
À LA RATIFICATION DE L'ASSEMBLÉE**

Elmar Heggen

Nombre d'actions de la société détenues : 100

**Biographie et fonction principale exercée en dehors
de la société**

Elmar Heggen, né en 1968, est diplômé de l'European Business School en gestion des affaires et titulaire d'un MBA en Finance. Il commence sa carrière au sein du Groupe Félix Schoeller en 1992. Il devient Vice-Président et Directeur Général de Felix Schoeller Digital Imaging au Royaume Uni en 1999. Elmar Heggen a d'abord rejoint le Corporate Center du Groupe RTL en 2000 comme Vice-Président du pôle fusion et acquisitions.

En janvier 2003, il est nommé Vice-Président senior du pôle Investissement et contrôle. De juillet 2003 à décembre 2005, il a assuré les fonctions de Vice-Président du contrôle et de la stratégie. Depuis janvier 2006, Elmar Heggen fait partie de l'équipe dirigeante de RTL Group où il est en charge du développement de l'activité du groupe sur les marchés émergents du Sud, du Centre et de l'Est de l'Europe, de l'activité radio et du marché belge.

Depuis le 1^{er} octobre 2006, Elmar Heggen est Directeur Administratif et Financier et Président du Corporate Center du Groupe RTL.

Mandats et fonctions exercés

- Chief Financial Officer, Head of Corporate Center and Luxembourg Activities RTL Group SA
- Administrateur-délégué : RTL Group Central and Eastern Europe SA (Luxembourg)
- Président du Conseil d'Administration de Broadcasting Center Europe SA ; MediaAssurances SA (Luxembourg) ; Audio-media Investments SA (Belgique)
- Président du Conseil de Surveillance : RTL Hrvatska Doo (Croatie)
- Administrateur de CLT UFA SA ; RTL Group Germany SA ; RTL 9 SA ; Fremantle Media SA (Luxembourg) ; INADI SA ; IP France SA ; Immobilière Bayard d'Antin SA ; Sportfive SA (France) ; Radio H SA ; TVI SA (Belgique) ; Media Holding Ren TV (Russie) ; Antena 3 de Television SA (Espagne) ; Media Capital (Portugal) ; M – RTL ZRT (Hongrie)
- Membre du Conseil de Surveillance : Ediradio SA (France) ; RTL Television GMBH (Allemagne)
- Gérant RTL Radio Deutschland GMBH ; RTL Radio Berlin GMBH ; RTL Radiovermarktung GmbH & Co KG ; CLT Multi Media GmbH ; UFA Film und Fernseh GmbH ; RTL Group Vermögensverwaltung GmbH ; RTL Group Deutschland GmbH ; RTL Group Central and Eastern Europe GmbH (Allemagne) ; S5 Sarl (Luxembourg)

**Mandats et fonctions expirés au cours
des cinq derniers exercices**

Néant

Axel Duroux

Nombre d'actions de la société détenues : 100

**Biographie et fonction principale exercée en dehors
de la société**

Axel Duroux, né en 1963, est titulaire d'une maîtrise de droit international, d'un DEA de droit et de sciences politiques et d'un DESS à l'Institut Français de la Presse.

Axel Duroux a successivement été reporter à l'agence SIPA et journaliste à LA CINQ (1986-1992), puis conseiller en communication du Président de IBM France (1992). Il a rejoint le groupe CLT-UFA (devenu RTL-GROUP) en 1994 en tant que Directeur Général de M 40 avec pour mission de créer la radio RTL2.

A partir de 1998 il devient Président de Fun Radio. Axel Duroux a été de 2000 à 2004 Président-Directeur Général de Endemol Development et Vice-Président de Endemol France, filiale du leader européen de la production audiovisuelle.

En novembre 2004, il a été nommé Conseiller auprès de la direction générale de RTL-GROUP à Luxembourg.

Depuis 2005, Axel Duroux a la responsabilité du pôle radio français de RTL Group : RTL, RTL2, Fun Radio et la régie publicitaire IP France. Il est également Administrateur de la CLT-UFA.

Mandats et fonctions exercés

- Représentant permanent de Bayard d'Antin SA dans Médiamétrie
- Représentant permanent de IP France SA dans IP Régions
- Président du Directoire de Ediradio SA
- Représentant du comité radio de Médiamétrie
- Président du Conseil d'Administration de IP France SA, de SERC SA, de Sodera SA
- Président de RTL Net SAS
- Cogérant de Information & Diffusion SARL
- Gérant de la SCP SARL
- Gérant-associé de RTL Fun développement SARL

**Mandats et fonctions expirés au cours
des cinq derniers exercices**

Néant

■ 1.2.2. FONCTIONNEMENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Le Conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la société par le Directoire et donne à ce dernier les autorisations préalables à la conclusion des opérations que celui-ci ne peut accomplir sans son autorisation.

À toute époque de l'année, le Conseil de Surveillance opère les vérifications et les contrôles qu'il juge opportuns et peut se faire communiquer les documents qu'il estime utiles à l'accomplissement de sa mission.

■ RÈGLEMENT INTÉRIEUR

Dans sa 1^{re} séance du 26 mai 2000, le Conseil de Surveillance s'est doté d'un règlement intérieur ayant pour objet de préciser et compléter les statuts de la société en ce qui concerne son organisation et son fonctionnement.

Réaffirmant son attachement aux règles du gouvernement d'entreprise, le Conseil de Surveillance dans sa séance du 30 avril 2003, a complété son règlement intérieur qui lui donne les voies et les moyens d'un fonctionnement efficace au service de la société et de ses actionnaires.

Le règlement intérieur du Conseil de Surveillance et de ses comités précise ainsi principalement :

- les modalités de réunion du Conseil ;
- l'exercice par le Conseil de ses pouvoirs ;
- la composition des différents comités du Conseil, Comité d'Audit et Comité des Rémunérations et des Nominations ;
- les missions et attributions des différents comités du Conseil.

■ ÉVALUATION DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Le Conseil consacre une fois par an, un point à l'ordre du jour de l'une de ses réunions à un débat sur son fonctionnement.

Il ressort de l'examen de son fonctionnement, débattu lors de sa séance du 5 mars 2007, que le Conseil bénéficie de la nécessaire indépendance à l'accomplissement de sa mission ; la participation des membres aux débats est de bonne qualité et que les travaux du Comité d'audit et du Comité des nominations et des rémunérations se déroulent d'une manière satisfaisante.

L'information des membres du Conseil est satisfaisante, notamment grâce à la qualité du rapport trimestriel d'activité du Directoire et à la présence des membres du Directoire aux réunions qui apportent une vision détaillée de l'activité du Groupe.

Il est à noter par ailleurs que l'expertise et l'expérience des membres du Conseil sont mentionnées avec les mandats qu'ils exercent dans d'autres sociétés, notamment dans des groupes médias.

Le Conseil a procédé à l'examen de la qualification de chacun des mandats au sens du rapport Bouton, afin de valider la liste des administrateurs indépendants.

Le Conseil de Surveillance se réunit aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige et au minimum trimestriellement.

Il s'est réuni cinq fois durant l'exercice 2006 et le taux d'assiduité globale de ses membres est de 80%.

■ ACTIONS DE LA SOCIÉTÉ DÉTENUES PAR LES MEMBRES DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

Les membres du Conseil de Surveillance de Métropole Télévision doivent détenir statutairement chacun au moins 100 actions de la société. À ce jour, les membres du Conseil détiennent directement et collectivement 1 900 actions de la société, soit 0,0014% du capital.

■ JETONS DE PRÉSENCE

L'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2004 a fixé à 120 000 € le montant global des jetons de présence à répartir entre les membres du Conseil de Surveillance pour l'exercice 2004 et les exercices suivants jusqu'à décision contraire.

En 2006, les jetons de présence ont été alloués comme suit :

	Répartition théorique individuelle des jetons de présence	TOTAL
Président du Conseil de Surveillance	18 000 €	18.000 €
Présidents des Comités (2)	12 000 €	24.000 €
Membres des Comités (3)	10 000 €	30.000 €
Autres membres du Conseil (6)	8 000 €	48.000 €
		120 000 €

Le rapport de gestion présente le détail individuel des jetons de présence versés aux membres du Conseil de Surveillance (paragraphe 12.7.3 du rapport de gestion)

■ **1.2.3. COMITÉS DU CONSEIL DE SURVEILLANCE**

Il existe deux comités au sein du Conseil de Surveillance :

■ **COMITÉ D'AUDIT**

Le Comité d'Audit, créé en 2000, est composé au minimum de trois membres et au maximum de cinq membres, désignés par le Conseil de Surveillance parmi ses membres. Il se réunit au moins deux fois par an et a pour mission :

- d'examiner les comptes annuels ainsi que les résultats intermédiaires et préliminaires du Groupe ;
- d'évaluer les propositions de nomination des Commissaires aux Comptes, leur rémunération et d'examiner leurs conclusions ;

Le Comité s'est réuni trois fois en 2006 et le taux d'assiduité globale des membres est de 100%.

En 2006, les travaux du Comité d'Audit ont principalement porté sur :

- l'examen des comptes annuels ;
- les missions et honoraires des commissaires aux comptes et consultants ;
- les comptes au 30 juin 2006 ;
- l'application de la Loi sur la Sécurité financière et le contrôle interne ;
- l'examen du portefeuille des droits audiovisuels ;
- l'évolution de la réglementation.

Pour remplir sa mission, le Comité d'Audit a entendu les Commissaires aux comptes de la société, le Directeur financier, les responsables de la comptabilité et du contrôle de gestion.

Afin d'assurer le correct fonctionnement du Comité d'audit, un dossier détaillé a été préparé par les équipes financières de la Société dans le respect de l'ordre du jour de chaque réunion.

Le Comité d'Audit adresse au Directoire des recommandations sur la communication financière.

Le Comité d'Audit présente au Conseil de Surveillance les conclusions de ses travaux lors des séances consacrées à l'examen des comptes semestriels et annuels.

Membres du Comité d'Audit	Fonction Principale exercée dans la société	Date de 1 ^{re} nomination	Date d'échéance du mandat	Date de sortie	Taux d'assiduité-séances 2006
Guy de Panafieu*	Président du Comité	18 février 2004	2008		100%
Rémy Sautter	Membre	26 mai 2000	2008		100%
Ignace Van Meenen	Membre	31 janvier 2006		22 novembre 2006	100%
Elmar Heggen	Membre	22 novembre 2006	2008		NA

* *Membre indépendant*

■ COMITÉ DES RÉMUNÉRATIONS

Le Comité des Rémunérations et des Nominations, créé en 2000, est composé au minimum de deux membres et au maximum de cinq membres désignés parmi les membres du Conseil de Surveillance. Il se réunit au moins une fois par an, et :

- propose les rémunérations des membres du Conseil de Surveillance et du Directoire ;
- examine le ou les plans d'attribution de stock-options et d'actions gratuites, en faveur des membres du Directoire et des collaborateurs ;
- s'assure que la notion de membre indépendant du Conseil de Surveillance est respectée.

Le Comité s'est réuni trois fois en 2006 et le taux de présence des membres est de 100%.

Au cours de ces séances, le Comité a proposé, au Conseil de Surveillance, l'attribution des options de souscription d'actions et s'est prononcé sur la liste des bénéficiaires des attributions du 28 avril 2005.

Enfin, le Comité des Rémunérations s'est prononcé comme chaque année sur les principes et les modalités des rémunérations du Président du Directoire et des membres du Directoire.

Le Comité des Rémunérations et des Nominations dispose pour chacune de ses réunions de dossiers préparés par la Société afin de donner la meilleure lisibilité sur les enjeux de ses décisions.

Membres du Comité des Rémunérations et des Nominations	Fonction Principale exercée dans la société	Date de 1 ^{re} nomination	Date d'échéance du mandat	Date de sortie	Taux d'assiduité-séances 2006
Gérard Worms*	Président du Comité	26 mai 2000	2008		100%
Gerhard Zeiler	Membre	30 avril 2003	2008		100%

* *Membre indépendant*

1.3 COMPLÉMENTS D'INFORMATIONS RELATIVES AUX MEMBRES DU DIRECTOIRE ET AU CONSEIL DE SURVEILLANCE

À la connaissance de la Société, aucune condamnation pour fraude, aucune faillite, aucune mise sous séquestre et/ou liquidation, aucune incrimination et/ou sanction publique officielle prononcée par des autorités statutaires ou réglementaires (y compris des organismes professionnels désignés), aucun empêchement n'ont été prononcés au cours des cinq dernières années à l'encontre des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance ou d'une société dans laquelle l'un des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance est mandataire social, associé commandité, fondateur ou possède des fonctions d'administration, de direction, de surveillance.

Par ailleurs, il n'existe à la connaissance de la Société :

- aucun lien familial entre les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance ;

- aucun conflit d'intérêt potentiel entre les devoirs, à l'égard de l'émetteur, de l'un des membres du Directoire ou du Conseil de Surveillance, et de leurs intérêts privés ou d'autres devoirs ;
- aucun arrangement ou accord entre un membre du Directoire ou du Conseil de Surveillance avec l'un quelconque des principaux actionnaires, clients ou fournisseurs ;
- aucun contrat de service liant les membres du Directoire, ou du Conseil de Surveillance de MÉTROPOLE TÉLÉVISION avec l'une quelconque de ses filiales.

Concernant les restrictions aux opérations sur les valeurs mobilières de la société effectuées par les membres du Directoire et du Conseil de Surveillance, le Conseil de Surveillance a décidé sur recommandation de son Comité des rémunérations d'établir les règles suivantes :

- détention minimale de 100 actions pour chaque membre du Conseil de Surveillance pendant la durée de son mandat ;
- interdiction d'opérer sur les titres de la société pendant les périodes définies annuellement par le Directoire en vue de prévenir les délais d'inités.

1.4 COMMISSAIRES AUX COMPTES

	Adresse	Date de 1 ^{re} nomination	Date d'échéance du mandat
TITULAIRES			
KPMG Audit — Grégoire MENOUE	1, cours Valmy — 92923 La Défense Cedex	2001 ⁽¹⁾	2011
Ernst & Young et Autres — Bruno BIZET	41, rue Ybry — 92200 Neuilly Sur Seine	2002	2008
SUPPLEANTS			
Guillaume LIVET	1, cours Valmy — 92923 La Défense Cedex	2001 ⁽²⁾	2011
Pascal MACIOCE	41, rue Ybry — 92576 Neuilly-sur-Seine Cedex	2002	2008

(1) Nommé en remplacement de la Société Péronnet et Associés démissionnaire

(2) Nommé en remplacement de Marcel Péronnet démissionnaire

1.5 RAPPORT DU PRESIDENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

En application de l'article L.225-68 du Code de commerce, j'ai l'honneur de rendre compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil de Surveillance de MÉTROPOLE TÉLÉVISION SA (ci-dessous « la Société ») ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par la Société.

■ 1.5.1. OBJECTIFS DE LA SOCIÉTÉ EN MATIÈRE DE PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE

■ A. CONTRÔLE DES ACTES DE GESTION OU DE RÉALISATION DES OPÉRATIONS

Le Groupe Métropole Télévision veille à ce que les actes de gestion ou de réalisation des opérations, ainsi que les comportements de ses collaborateurs s'inscrivent dans le cadre défini :

- par les orientations données aux activités du Groupe qui se caractérisent, au-delà des lois et règlements applicables, par les valeurs, normes et règles internes au Groupe ;
- par les spécificités induites par chacun des trois grands métiers du Groupe que sont la Télévision gratuite, la Télévision numérique et les Diversifications ;
- par l'existence d'un certain nombre d'activités fonctionnelles qui s'appliquent de manière transversale à l'ensemble du Groupe. Ces responsabilités fonctionnelles sont exercées via des filières d'experts intégrés au sein de chaque métier du Groupe.

Les procédures de contrôle interne peuvent être présentées selon le référentiel du *Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO)*.

a/ Environnement de contrôle

Le Groupe Métropole Télévision a construit un environnement de contrôle interne de ses activités qui s'appuie sur :

- des valeurs éthiques fondamentales précisées dans un code de déontologie qui définit et met en œuvre les principes professionnels que les dirigeants et les personnels du Groupe doivent observer pour leur propre conduite et pour orienter leurs choix dans les actions qu'ils entreprennent ;
- la séparation entre la direction de la Société et le contrôle de cette direction par la mise en place d'une forme juridique de type anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance ;
- une gestion des carrières et des ressources humaines fondée sur le développement des compétences et privilégiant les

nouveaux talents ;

- un fonctionnement du management et une organisation, reposant sur :

– la mise en place d'un mode de management et de contrôle selon les spécificités de marché propres à chacun des départements :

- les programmes assurent un contrôle sur les coûts et les risques de contenu ;

- la publicité recherche la qualité des partenaires et l'homogénéité du marketing en fonction de la grille des programmes ;

- les diversifications s'assurent de la qualité des partenaires et veillent aux développements des labels créés par la chaîne ;

- la technique a pour objectifs la fiabilité et la sécurité ;

- les dirigeants de chacune des activités, qui, sous le contrôle du Directoire de Métropole Télévision, sont responsables de la conduite des affaires et des résultats opérationnels dans le cadre des objectifs définis. Le Directoire de Métropole Télévision se réunit une fois par semaine pour diriger et contrôler les activités du Groupe au sein des métiers.

- un système de délégations de pouvoirs mis en place au sein du Groupe en vue d'assurer l'efficacité des opérations et la conformité du processus de décision aux principes du gouvernement d'entreprise. Les délégations de pouvoir sont définies au sein de chacune des sociétés du Groupe en tenant compte des principes directeurs définis par Métropole Télévision ainsi que des principes de gouvernement d'entreprise applicables, entre autres, aux sociétés cotées.

b/ Évaluation du risque

Le Groupe Métropole Télévision a développé une méthodologie d'identification et d'analyse des risques destinée à assurer une maîtrise adéquate des principaux risques en fonction de la nature des activités et des objectifs poursuivis.

Le Groupe a établi une cartographie de l'ensemble des risques opérationnels et fonctionnels qui fait l'objet d'une mise à jour chaque année et qui permet de développer un plan d'amélioration continue des personnes, de l'organisation et des outils.

Ce travail est réalisé sous la responsabilité d'un Comité des Risques et avec l'appui des membres du Comité Exécutif du Groupe et des principaux dirigeants des activités opérationnelles, ou fonctionnelles.

Les risques ont été classés par ordre d'importance quantitative des enjeux sur les comptes du Groupe.

Des plans d'action sont régulièrement proposés au Directoire afin de permettre une évolution des procédures existantes et une vali-

dation de leur efficacité. Ces plans sont établis par ordre de priorité au regard des conséquences chiffrées pour le Groupe.

Cette méthodologie repose sur les responsables opérationnels et fonctionnels qui :

- développent un processus de gestion des risques dans le but d'améliorer l'analyse des risques et la prise de décision par rapport à ceux-ci ;
- communiquent leurs analyses et recommandations auprès de la direction du Groupe.

Les décisions stratégiques ainsi que les analyses des risques majeurs sont examinées par la Société, le Directoire appuyant ses décisions sur la base de ces recommandations.

c/ Activité de contrôle

Le système de contrôle interne du Groupe Métropole Télévision a pour but de permettre au management de garantir que les directives sont appliquées au sein du Groupe et que les actions nécessaires sont prises afin d'assurer la réalisation des objectifs fixés. Il est fondé sur un ensemble de politiques et de procédures définies soit au niveau de la direction de Métropole Télévision, soit au niveau de chaque métier :

- les procédures de contrôle interne dans les domaines qui relèvent de la direction de Métropole Télévision sont définies par les directions fonctionnelles du Siège. Elles concernent principalement la Direction des programmes, la Direction financière, la Direction des ressources humaines, la Direction de la communication, la Direction de la stratégie et du développement, la Direction juridique ainsi que la Direction technique ;
- les procédures de contrôle interne dans le domaine commercial sont définies, mises en place et suivies principalement par les dirigeants et les personnels des filiales, en fonction des exigences et des particularités des métiers du Groupe, et en particulier pour la régie publicitaire et les activités de diversification.

Le contrôle interne a été renforcé par la nomination d'un Responsable des risques qui exercera la coordination des missions de contrôle au sein du Groupe dans le respect du plan d'action décidé par le Directoire.

d/ Information et communication

En vue du contrôle et de l'analyse de l'efficacité de son fonctionnement le Groupe Métropole Télévision a mis en place :

- un système d'information dédié à la collecte des informations clés ;
- des moyens de communication apportant aux salariés les moyens d'échanger les informations nécessaires à l'exercice de leurs responsabilités.

Au cours de l'exercice 2004 une matrice descriptive et d'évaluation des risques a été mise au point à l'occasion de la mission de cartographie. Cet outil est désormais utilisé comme support interne d'information et de communication sur le contrôle interne. Il est en outre mis à jour en fonction de l'avancement des plans d'action.

e/ Monitoring

Le Groupe met en place progressivement une méthodologie afin d'évaluer la qualité du contrôle interne sur la durée :

- le plan à moyen terme, le budget annuel et les « visées » sont définis par le Comité exécutif conformément à la stratégie globale fixée par le Directoire ;
- le plan, le budget et les « visées » font l'objet d'un suivi mensuel à tous les niveaux du Groupe, principalement à travers les filières opérationnelles et financières.

B. QUALITÉ DES INFORMATIONS COMPTABLES, FINANCIÈRES ET DE GESTION

Les informations comptables, financières et de gestion communiquées aux organes sociaux de la Société :

- reposent sur un ensemble de systèmes et de procédures largement déployés dans le Groupe ;
- reflètent avec sincérité l'activité et la situation de la Société.

L'ensemble de ces outils et procédures a pour objectif d'apporter au management les éléments permettant de prévenir et maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier.

La Direction financière du Siège fixe la nature, l'étendue, la forme et la fréquence des informations financières pertinentes au niveau du Groupe que doivent fournir les filiales et les services. Elle fixe les standards du *reporting* financier, les normes et les procédures comptables, les indicateurs de performance et les instruments standardisés de consolidation.

Le programme d'adoption des normes comptables IFRS en 2005 a, de plus, contribué à l'analyse approfondie des processus et du contenu de l'information financière.

■ 1.5.2. DESCRIPTION SYNTHÉTIQUE DES PROCÉDURES DE CONTRÔLE MISES EN PLACE

■ A. ORGANISATION GÉNÉRALE DES PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE

En vue d'atteindre les objectifs opérationnels et financiers qu'il s'est fixé, le Groupe a mis en place certains éléments d'organisation et de contrôle interne qui se situent dans le cadre de l'organisation générale décrite ci-dessus.

a/ Présentation, rôles et modalités générales de fonctionnement des acteurs ou structures exerçant des activités de contrôle

a/1 Formes et modalités du Gouvernement d'entreprise

Depuis 2000, la Société Métropole Télévision est de forme anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance, une forme juridique qui favorise la séparation entre la direction de la Société et le contrôle de cette direction. Au-delà des modalités de fonctionnement, qui sont décrites ci-après, cette forme juridique répond aux contraintes réglementaires exigées par la convention conclue avec le CSA, qui encadre le fonctionnement et les règles de diffusion de la chaîne. L'ensemble des règles définissant le fonctionnement du Gouvernement d'entreprise au sein du Groupe Métropole Télévision est présenté dans les statuts (articles 14 à 19 pour le Directoire et articles 20 à 25 pour le Conseil de Surveillance). Les détails ci-après concernent plus spécifiquement les formes et modalités contribuant à l'efficacité du contrôle interne.

LE DIRECTOIRE

Nommé pour une durée de cinq ans, il est actuellement composé de quatre membres, personnes physiques, désignés par le Conseil de Surveillance, salariés du Groupe Métropole Télévision, d'âge inférieur à 65 ans, et ayant la responsabilité des grands métiers ou secteurs du Groupe Métropole Télévision. Il a été validé que les règles de cumul des mandats sont respectées.

Le Directoire se réunit une fois par semaine. L'ensemble des réunions fait l'objet de comptes rendus. Seules les délibérations obligatoires, prises à la majorité des membres, sont consignées par des procès-verbaux, signés par les membres ayant pris part à la séance.

Le Directoire est investi des pouvoirs les plus étendus à l'égard des tiers pour agir en toutes circonstances au nom de la Société. Néanmoins les opérations d'investissement ou de désinvestissement dont le montant unitaire dépasse 20 millions d'euros restent soumises à l'autorisation du Conseil de Surveillance.

LE CONSEIL DE SURVEILLANCE

Le Conseil de Surveillance est composé de onze membres, personnes physiques, nommés par l'Assemblée Générale Ordinaire des actionnaires pour une durée de quatre années et dont un tiers des membres est indépendant au sens du rapport Bouton.

Il a été validé que les règles de cumul des mandats sont respectées.

Dans le respect des conditions prévues aux statuts, le Conseil de Surveillance se réunit au minimum trimestriellement, sur convocation de son Président.

Les décisions, prises à la majorité des voix, sont consignées dans des procès verbaux et il est tenu un registre de présence qui est signé par les membres du conseil participant à la séance. A titre de jetons de présence, l'Assemblée Générale a alloué au Conseil de Surveillance pour l'exercice 2006 une somme fixe de 120 000 €, à répartir entre les membres du conseil, dont le montant a été porté aux frais généraux de Métropole Télévision. Au titre de 2006, le taux de présence des membres du Conseil de Surveillance a été de 80%.

Le Conseil de Surveillance exerce le contrôle permanent de la gestion de la Société par le Directoire et donne à ce dernier les autorisations préalables à la conclusion des opérations que celui-ci ne peut accomplir sans son autorisation, dans le strict respect des dispositions prévues dans les statuts. Les règles de fonctionnement du Conseil de Surveillance sont rassemblées au sein d'un règlement intérieur qui précise :

- que le **Comité d'Audit**, composé de trois membres et se réunissant deux fois par an :
 - examine les comptes annuels ainsi que les résultats intermédiaires et préliminaires, et étudie les principes et règles comptables utilisés par le Groupe ;
 - évalue les propositions de nomination des Commissaires aux Comptes, leur rémunération et examine leurs conclusions,
- que le **Comité des Rémunérations et des Nominations**, composé de deux membres et se réunissant une fois par an :
 - propose les rémunérations des membres du Conseil de Surveillance et du Directoire et veille au respect des principes des valeurs individuelles et collectives et des règles de conduite applicables aux collaborateurs sur lesquelles le Groupe fonde son action ;
 - s'assure que la notion de membre indépendant du Conseil de Surveillance est respectée.
 - précise les principes et règles de déterminations des rémunérations et avantages accordés.

a/2 Les acteurs du contrôle opérationnel

Au-delà du gouvernement d'entreprise, le Groupe a investi de pouvoirs de contrôle plusieurs organes collégiaux ou directions fonctionnelles.

AU NIVEAU DU GROUPE :

- le **Comité Exécutif**, qui se réunit deux fois par mois et qui a pour objet d'anticiper les principaux risques liés aux opérations. Il est composé de douze membres, dont le Directoire, et il regroupe les principales directions fonctionnelles et opérationnelles du Groupe : le secrétariat général des programmes, la Direction des études, la Direction financière, la Direction des ressources humaines, la Direction juridique, la Direction technique ainsi que la Direction des programmes ;
- le **Comité de Direction**, qui se réunit une fois par semaine et qui regroupe les membres du Comité Exécutif ainsi que les représentants des principales filiales. Il a pour objet d'informer le Groupe des principales décisions.

AU NIVEAU DES FILIALES :

- le **Comité Financier**, qui est mis en place dans les filiales dans lesquelles la participation du Groupe n'est pas majoritaire, et qui permet de rendre compte auprès du Groupe des principales décisions et orientations ;
- le **reporting** hebdomadaire et mensuel des filiales détenues majoritairement, qui assure au Groupe un suivi financier régulier.

LA DIRECTION FINANCIÈRE :

- assure la coordination de certaines opérations financières importantes pour le Groupe ;
- gère, en concertation avec les filiales, la trésorerie du Groupe et les risques de change, en mettant en place les indicateurs financiers et instruments de couverture qu'elle juge adéquate ;
- contrôle la gestion des impôts directs et indirects dans le cadre de la planification fiscale ;
- met en place, en concertation avec les filiales, un réseau de contrôleurs de gestion répondant aux particularités des métiers du Groupe ;
- renforce le processus de sécurisation de l'information comptable et de remontée de l'information pour la consolidation.

LA DIRECTION JURIDIQUE :

- assure une mission de conseil auprès du Groupe, et le cas échéant émet des avis juridiques ;
- participe, en liaison avec les filiales et les autres directions fonctionnelles, à la préparation et à la négociation d'une documentation juridique homogène de manière à mettre en place une unicité visuelle pour cette documentation ;
- met en place un réseau de juristes chargés de suivre et gérer les risques juridiques du Groupe.

b/ Références internes de l'entreprise

- La Société a mis en place un **code de déontologie**, applicable à l'ensemble des salariés du Groupe Métropole Télévision. Ce code de déontologie, mis à jour en 2000, a été diffusé à l'ensemble du personnel. Il présente l'ensemble des principes professionnels que chaque salarié doit observer pour sa propre conduite et permet à tous les collaborateurs du Groupe, quel que soit leur statut et leur niveau hiérarchique, même le plus élevé, d'orienter leurs choix dans leurs actions.
- La Société met par ailleurs à disposition des services des **manuels descriptifs des processus** opérationnels et administratifs applicables pour chacune des types d'opération réalisées.
- La Société a en outre mis en place une procédure de contrôle des engagements accompagnée d'un système de **délégation de signatures**.
- La Société a également instauré une procédure de validation artistique du contenu de la programmation, qui veille au respect des valeurs éditoriales et déontologiques et au respect des normes légales. Cette procédure se matérialise par la rédaction de recommandations à l'attention de la Direction des programmes et du Directoire.

c/ Élaboration de l'information financière et comptable destinée aux actionnaires

- Les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information financière et comptable sont principalement mises en œuvre par les départements de la comptabilité, de la consolidation, du *reporting* et du contrôle de gestion, regroupés au sein de la Direction financière du Groupe. La plupart de ces processus font l'objet d'un redéploiement au sein du Siège et des filiales en vue de mieux prendre en considération les modes de fonctionnement actuels du Groupe.

La Direction financière du Groupe assure la mise en œuvre de :

- la normalisation des règles comptables ;
- la standardisation de l'outil de reporting (paramétrage, maintenance, communication et contrôle du respect des instructions) en veillant à répondre aux exigences de la souplesse et de la sécurité ;
- le développement du processus de *reporting* en vue d'en améliorer la périodicité et la pertinence par l'inclusion d'indicateurs de performance ;
- la communication des informations comptables et financières à l'attention des organes d'administration et de gestion du Groupe ainsi qu'à l'attention des commissaires aux comptes ;
- la communication des informations financières à l'attention du marché financier et des organes de contrôle.

■ B. PRÉSENTATION DES INFORMATIONS SYNTHÉTIQUES SUR LES PROCÉDURES DE CONTRÔLE INTERNE

a/ Principales procédures de contrôle interne mises en place par la Société

Les procédures de contrôle interne du Groupe Métropole Télévision ont un caractère centralisé, avec un contrôle hiérarchique élevé qui s'appuie sur un contrôle a priori des décisions et sur un suivi strict des objectifs individuels.

Les procédures de contrôles opérationnels au sein du Groupe s'expriment en terme de suivi des engagements, de programmation, de contenu, de quantité, de respect des réglementations (CSA, CNC,...).

Au titre des procédures ou de leurs principes essentiels appliqués par le Groupe on peut citer :

- la mise en place progressive d'un nouveau système d'information de gestion, outil intégré pour le suivi opérationnel dédié aux métiers de l'audiovisuel :
 - adapté aux achats de programmes et à la diffusion ;
 - ainsi qu'aux ventes d'espaces publicitaires ;
 - ayant donné lieu à la redéfinition de l'ensemble des processus du Groupe en vue d'un meilleur contrôle sur les différentes étapes et d'une rationalisation accrue ;
- la mise en place d'un système d'information financière et d'une procédure dédiée aux achats de frais généraux,
- des procédures strictes en terme de trésorerie, grâce à :
 - une gestion centralisée de la trésorerie du Groupe ;
 - une séparation stricte des tâches, garantissant une efficace prévention de la fraude ;
 - un système d'autorisations et de signatures régulièrement mis à jour ;
 - des contrôles aux accès informatiques ;
 - une sécurité des moyens de paiement.

b/ Élaboration et traitement de l'information financière et comptable

Le contrôle interne exercé par le Groupe en matière d'élaboration et de traitement de l'information financière et comptable s'effectue via un ensemble de procédures.

b/1 Les procédures comptables

Le service comptable consigne et comptabilise l'exhaustivité des mouvements et pièces comptables de l'exercice :

- par l'utilisation de systèmes d'information financière, placés sous

l'autorité d'administrateurs systèmes qui veillent à leur correcte utilisation et suivent leur évolution en relation étroite avec leur éditeur ;

- par les circuits de documents, qui mettent le service comptable en position prioritaire ;
- en respect avec les normes comptables et les règles du Groupe en vigueur.

Des procédures internes permettent d'assurer un contrôle a posteriori de la cohérence des enregistrements comptables et des revues sont effectuées à l'occasion de chaque arrêté afin de vérifier les travaux réalisés.

Le Groupe a appliqué dès le 1^{er} janvier 2005, le nouveau référentiel des IFRS, dont les dispositions avaient conduit à un plan de migration des systèmes et de formation des équipes tout au long de l'année 2004.

Une attention particulière a été portée sur la comparabilité des informations avec les années antérieures, induites par le changement de normes comptables.

b/2 Les procédures d'élaboration de la consolidation des comptes

La cellule de consolidation, uniquement dédiée à la consolidation des comptes du Groupe, est intégrée au sein de la Direction financière.

Par l'utilisation d'un logiciel de consolidation régulièrement maintenu à jour grâce à des compétences tant internes qu'externes, les données comptables sont collectées depuis les filiales vers le Siège.

En 2005, le Groupe a procédé au renouvellement de son outil de consolidation, en adoptant Magnitude, outil reconnu par de très nombreux grands groupes. Une telle migration a enrichi et renforcé ainsi la qualité de l'information financière du Groupe.

Le service consolidation, en contact régulier avec les services comptables des filiales, s'assure de l'homogénéité des règles comptables appliquées au sein du Groupe.

Il collecte et contrôle également les informations extra comptables mentionnées dans les communications financières et relatives aux comptes consolidés.

Ces données sont vérifiées, tant par la Société que par les commissaires aux comptes.

Le Groupe communique trimestriellement sur le chiffre d'affaires consolidé, et semestriellement sur le résultat. Chaque année le Groupe émet également une documentation financière.

b/3 Les procédures de reporting

Le département *reporting* est intégré au sein du contrôle de gestion. Il met en place des *process* de collecte et d'analyse des données sur une base hebdomadaire ou mensuelle selon les activités. Le *reporting* est analysé mensuellement avec les opérationnels. La communication du *reporting* aux opérationnels leur permet de suivre l'état d'avancement de réalisation de leurs objectifs.

L'équipe *reporting* s'assure des correctes imputations analytiques dans le logiciel de gestion et contrôle la fidèle retranscription en comptabilité des informations en provenance des opérationnels. À chaque arrêté, le *reporting* est rapproché de la comptabilité et de la consolidation.

Le *reporting* est en outre comparé mensuellement au budget et mis en regard de l'année précédente. Il est également présenté lors des Comités d'audit, Conseils de Surveillance et à l'occasion des Comités financiers.

b/4 Les procédures de suivi des engagements hors bilan

Chaque engagement fait l'objet d'une procédure d'autorisation. Au moment des arrêtés comptables les informations nécessaires à l'établissement des engagements hors bilan consolidés sont collectées par la Direction financière auprès de l'ensemble des services du Groupe (principalement les services acquisition de droits audiovisuels et les services techniques).

Ces données sont centralisées et vérifiées par les services comptables et la consolidation avant de figurer parmi les engagements hors bilan du Groupe. Les engagements hors bilan sont validés *in fine* par les commissaires aux comptes dans le cadre de leur opinion d'audit sur les états financiers.

Le Groupe dispose pour ses activités Antenne M6 et Chaînes Numérique un outil intégré de gestion de portefeuilles de droits et de leur programmation. Cet outil a permis d'optimiser le suivi des engagements hors bilan et des stocks.

b/5 Les procédures de suivi des actifs opérationnels

Les actifs du Groupe sont suivis comptablement par un logiciel d'immobilisations et une application dédiée à la gestion des droits audiovisuels.

Le logiciel d'immobilisation est renseigné et contrôlé par la comptabilité, après vérification des pièces par les services concernés (notamment le service technique).

L'application de gestion des droits audiovisuels est tenue par le service des droits de diffusion. Lors de chaque arrêté les informations issues de ces logiciels sont rapprochées de la comptabilité. Régulièrement, des inventaires physiques et des revues d'actifs sont effectués pour s'assurer de la réalité et de la juste valorisation des actifs opérationnels.

b/6 Les procédures de valorisation des filiales et participations.

Les principales acquisitions réalisées par le Groupe font l'objet d'un calcul annuel d'impairment test, visant à s'assurer de l'adéquation de la valeur financière des sociétés avec leur valeur opérationnelle. La valeur opérationnelle est la valeur la plus élevée entre la valeur vénale et la valeur d'usage, la valeur d'usage étant déterminée par la méthode des flux de trésorerie actualisés (DCF) selon des principes détaillés dans les états financiers du Groupe. Chacun des principaux actifs détenus par le Groupe a fait l'objet d'une étude de valorisation au cours de l'année 2005.

■ 1.5.3. DESCRIPTION SYNTHÉTIQUE DE LA POLITIQUE DE RÉMUNÉRATION DES MANDATAIRES SOCIAUX

Le Conseil de Surveillance, sur recommandation du comité des rémunérations, définit la politique de rémunération des membres du Directoire et en arrête les différents éléments chaque année.

Ces différents éléments s'analysent ainsi :

- une part fixe incluant un avantage en nature limité à un véhicule de fonction ;
- une rémunération variable composée de deux éléments :
 - une rémunération complémentaire basée sur le niveau d'atteinte de l'objectif de résultat courant consolidé part du groupe avant impôt et éléments exceptionnels, tel que défini par le Conseil de Surveillance. Concernant Catherine Lenoble, cette rémunération est calculée par référence à l'objectif de chiffre d'affaires annuel de M6 Publicité ;
 - une prime de performance déterminée par le Conseil de Surveillance sur recommandation du Comité des rémunérations et dans la limite d'un montant maximum par personne ;
- des attributions annuelles d'options et d'actions gratuites, qui interviennent aux mêmes dates que les attributions aux autres collaborateurs du Groupe et dont la quantité reflète l'appréciation de la performance individuelle.

L'ensemble des membres du Directoire cumule un contrat de travail avec un mandat social, étant précisé que le contrat de travail du Président a été suspendu depuis le 7 juin 1996.

Aucun membre du Directoire ne bénéficie de dispositions prévoyant une indemnité au cas où il serait conduit à quitter ses fonctions de mandataire social.

Au seul titre de leur contrat de travail et dans le seul cas de rupture à l'initiative de la société, hors cas de faute grave et faute lourde, il est prévu de verser à chaque membre du Directoire, en ce compris son Président, une indemnité calculée sur la base de la moyenne de leur rémunération fixe et variable des 12 derniers mois, à l'exclusion de la prime de performance.

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

Neuilly-sur-Seine, le 5 mars 2007

1.6 RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

Exercice clos le 31 décembre 2006**RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES,
établi en application de l'article L. 225-235 du Code de commerce, sur le rapport du président du
conseil de surveillance de la société Métropole Télévision, pour ce qui concerne les procédures de
contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière**

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société Métropole Télévision et en application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le président de votre société conformément aux dispositions de l'article L. 225-68 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2006.

Il appartient au président du Conseil de Surveillance de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil de surveillance et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du président ;
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du président du conseil de surveillance, établi en application des dispositions de l'article L. 225-68 du Code de commerce.

Paris La Défense,
le 3 avril 2007

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Neuilly-sur-Seine,
le 3 avril 2007

Ernst & Young et Autres

Bruno Bizet
Associé

2. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET LE CAPITAL

2.1. RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LA SOCIÉTÉ

■ 2.1.1 ENVIRONNEMENT STATUTAIRE

Les principaux éléments fondateurs des statuts de la Société sont présentés ci-après :

DÉNOMINATION SOCIALE

MÉTROPOLE TÉLÉVISION - Sigle M6

SIEGE SOCIAL ET SIÈGE ADMINISTRATIF

89, avenue Charles-de-Gaulle - 92575 NEUILLY-SUR-SEINE Cedex

FORME JURIDIQUE DE LA SOCIÉTÉ

Société Anonyme de droit français à Directoire et Conseil de Surveillance régie par le Code de Commerce, les dispositions non abrogées du décret du 23 Mars 1967 et les textes subséquents sur les sociétés commerciales.

DATE DE CONSTITUTION - DURÉE

La société a été constituée le 13 octobre 1986 pour une durée de 99 ans sauf dissolution anticipée ou prorogation.

REGISTRE DU COMMERCE - SIRET - CODE APE

La société est inscrite au Registre du Commerce et des Sociétés sous le numéro :

339 012 452 RCS Nanterre - Numéro SIRET 339 012 452 00084 - Code APE 922D

DOCUMENTS JURIDIQUES

Les documents juridiques relatifs à la société peuvent être consultés au siège social.

EXERCICE SOCIAL

Du 1^{er} janvier au 31 décembre.

TRIBUNAUX COMPÉTENTS

Les tribunaux compétents en cas de litige sont ceux du siège social, lorsque la société est défenderesse, et sont désignés en fonction du lieu et de la nature des litiges sauf disposition contraire au Code de Procédure Civile.

OBJET SOCIAL (ARTICLE 3 DES STATUTS)

La société a pour objet :

- l'exploitation d'un ou de plusieurs services de communication audiovisuelle diffusés ou distribués par voie hertzienne, par câble, par satellite ou par quelque moyen que ce soit tel qu'autorisé, le

cas échéant, par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, comprenant notamment la conception, la production, la programmation et la diffusion d'émissions de télévision y compris tous messages et annonces publicitaires ;

- toutes opérations industrielles, commerciales, financières, mobilières et immobilières pouvant se rattacher directement ou indirectement à cet objet et à tous objets similaires, connexes ou complémentaires ou susceptibles d'en faciliter la réalisation ou le développement ou à tout patrimoine social.

RÉPARTITION STATUTAIRE DES BÉNÉFICES (ARTICLE 40 DES STATUTS)

Sur le bénéfice de l'exercice, diminué éventuellement des pertes antérieures, il est fait un prélèvement du vingtième affecté à la formation de la réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque la réserve légale atteint le dixième du capital social. Le solde diminué s'il y a lieu du montant des sommes portées à d'autres fonds de réserve en application de la loi puis augmenté, éventuellement, des reports bénéficiaires constitue le bénéfice distribuable.

Le cas échéant, sur ce bénéfice distribuable, il est prélevé :

- a) Les sommes que l'Assemblée Générale, sur la proposition du Directoire, décidera d'affecter à la constitution de tous fonds de réserves facultatifs ordinaires ou extraordinaires ou de reporter à nouveau.
- b) La somme nécessaire pour servir aux actionnaires, à titre de 1^{er} dividende, 5% des sommes dont leurs actions sont libérées et non amorties sans que, si les bénéfices d'un exercice ne permettent pas d'effectuer ce paiement, les actionnaires puissent le réclamer sur les bénéfices des exercices suivants.

Le solde du bénéfice distribuable après les prélèvements ci-dessus, sera réparti par parts égales entre toutes les actions à titre de dividende complémentaire.

Si l'Assemblée décide la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, la décision indique expressément les postes de réserves sur lesquels les prélèvements sont effectués.

L'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice peut accorder aux actionnaires pour tout ou partie du dividende mis en distribution ou des acomptes sur dividendes, une option entre le paiement en numéraire ou en actions suivant les modalités prévues par la loi.

ASSEMBLÉES GÉNÉRALES (ARTICLES 27-29 DES STATUTS)

Mode de convocation, conditions d'admission, conditions d'exercice du droit de vote

Compte tenu des modifications apportées par le décret du 11 décembre 2006 entré en vigueur le 1^{er} janvier 2007 :

Les convocations donnent lieu, trente cinq jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée, à la publication d'un avis de réunion au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires, conformément à la réglementation en vigueur.

Les convocations proprement dites ont lieu quinze jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée. Le délai est réduit à six jours pour les assemblées réunies en 2^e convocation.

Ces convocations sont faites au moyen d'une simple lettre adressée à chaque actionnaire titulaire d'actions nominatives et au moyen de la publication d'un avis de convocation dans un journal d'annonces légales du siège social, et au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires.

Ces convocations précisent le lieu, la date et l'heure de la réunion, ainsi que la nature de la réunion et les questions inscrites à l'ordre du jour.

L'Assemblée Générale se compose de tous les actionnaires, dont les actions sont libérées des versements exigibles. Nul ne peut y représenter un actionnaire s'il n'est lui-même actionnaire ou conjoint de l'actionnaire représenté.

Le droit de participer aux assemblées est subordonné à l'inscription des actions nominatives en compte de titre au nom de l'actionnaire au moins trois jours ouvrés précédant l'assemblée à zéro heure, heure de Paris, ou, s'il s'agit d'actions au porteur identifiable, à la délivrance, dans le même délai, de l'attestation de participation établie par l'intermédiaire teneur de compte.

Les formules de procuration et de vote par correspondance sont établies et adressées conformément à la législation en vigueur.

Les propriétaires de titres mentionnés au troisième alinéa de l'article L 228-1 du Code de Commerce peuvent se faire représenter dans les conditions prévues au dit article par un intermédiaire inscrit.

L'intermédiaire qui a satisfait aux obligations prévues aux troisième et quatrième alinéas de l'article L 228-1 peut, en vertu d'un mandat général de gestion des titres, transmettre pour une assemblée le vote ou le pouvoir d'un propriétaire d'actions tel qu'il a été défini au 3^e alinéa du même article.

LIMITATION DES DROITS DE VOTE (ARTICLE 35 DES STATUTS)

Sous réserve des dispositions ci-dessous, le droit de vote attaché aux actions est proportionnel à la quotité de capital qu'elles représentent et chaque action donne droit à une voix.

Aucun actionnaire, ou Groupe d'actionnaires agissant de concert, ne peut exercer plus de 34% du nombre total de droits de vote.

En conséquence, dans l'hypothèse où un actionnaire détient, seul ou de concert avec d'autres, plus de 34% du capital, le nombre de droits de vote dont cet actionnaire dispose dans les assemblées est limité à 34% du nombre total des actions de la société et/ou des droits de vote qui leur sont attachés.

Cette limitation cessera de plein droit de s'appliquer dans l'hypothèse de la suppression de l'exigence d'une telle limitation, soit par une décision du CSA, soit dans le cadre d'une modification de la Convention entre le CSA et la société.

FRANCHISSEMENT DU SEUIL DE PARTICIPATION (ARTICLE 11 DES STATUTS)

Les transmissions d'actions s'effectuent librement.

Les actions se transmettent par virement de compte à compte suivant les dispositions légales en vigueur. En cas d'augmentation de capital, les actions sont négociables à compter de la réalisation de celle-ci.

Toute personne, physique ou morale, agissant seule ou de concert, venant à détenir, un nombre d'actions représentant au moins 1% du capital et/ou des droits de vote ou tout multiple de ce pourcentage sans limitation, est tenue dans les délais de cinq jours de bourse à compter du franchissement de seuil, à déclarer à la société, par lettre recommandée avec accusé de réception adressée au siège social, le nombre d'actions et/ou de droits de vote détenus.

Pour la détermination des seuils prévus ci-dessus, il est également tenu compte des actions et/ou des droits de vote détenus indirectement et des actions et/ou des droits de vote assimilés aux actions et/ou des droits de vote possédés tels que définis par les articles L. 233-7 et suivants du Code de commerce. L'obligation de déclaration s'applique en outre dans les mêmes conditions lorsque la participation exprimée en actions et/ou en droits de vote devient inférieure à l'un de ces seuils.

À défaut d'avoir été régulièrement déclarées dans les conditions prévues aux alinéas ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote dans les conditions fixées par le Code de commerce en matière de franchissement de seuils légaux. L'intermédiaire inscrit comme détenteur des titres conformément au troisième alinéa de l'article L. 228-1 du

Code de Commerce est tenu, sans préjudice des obligations des propriétaires des titres, d'effectuer les déclarations prévues au présent article, pour l'ensemble des actions de la société au titre desquelles, il est inscrit en compte.

Les stipulations du présent article ne font pas obstacle à l'application des dispositions de la loi du 30 septembre 1986 sur la liberté de communication et relatives à la détention du capital ou des droits de vote des sociétés titulaires d'une autorisation relative à un service de communication audiovisuelle, ou de toutes autres dispositions résultant de la législation en vigueur.

■ 2.1.2 ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

Du fait de son objet social et de l'exploitation par la société d'une licence de diffusion de télévision hertzienne et numérique, un cadre légal et réglementaire spécifique s'applique au-delà des dispositions courantes.

ACTIONNARIAT

Aux termes de l'article 39 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, une même personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 49% du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre.

Cette disposition a été modifiée par la loi n°2001-624 du 18 juillet 2001. Ce texte limite la portée de la règle des 49% aux seules chaînes hertziennes dont l'audience annuelle moyenne (univers hertzien, câble et satellite) est supérieure à 2,5% de l'audience totale des télévisions. Dans la pratique, ceci ne vise que les nouvelles chaînes numériques hertziennes.

Aux termes de l'article 39 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, lorsqu'une personne physique ou morale détient, directement ou indirectement, plus de 15% du capital ou des droits de vote d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service national de télévision par voie hertzienne terrestre en mode analogique, elle ne peut détenir, directement ou indirectement, plus de 15% du capital d'une autre société titulaire d'une telle autorisation.

Aux termes de l'article 40 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée, aucune personne de nationalité étrangère ne peut procéder à une acquisition ayant pour effet de porter directement ou indirectement, la part du capital détenue par des étrangers à plus de 20% du capital d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service de télévision par voie hertzienne.

RÉGLEMENTATION APPLICABLE A LA SOCIÉTÉ

M6 est une chaîne privée hertzienne nationale en clair, initialement autorisée pour 10 ans à compter du 1^{er} mars 1987 (soit jusqu'au 28 Février 1997), dans le cadre du régime fixé par l'article 30 de la Loi du 30 Septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication.

Financée exclusivement par la publicité, elle est soumise aux obligations générales de cette catégorie juridique et aux obligations particulières de sa convention.

L'autorisation de M6 a été reconduite en juillet 1996 et en juillet 2001 pour 2 périodes successives de 5 ans à compter du 1^{er} mars 1997 et du 1^{er} janvier 2002.

Ces reconductions ont fait l'objet, conformément aux dispositions de la loi du 30 septembre 1986, de négociations avec le CSA.

Le 10 juin 2003, M6 a obtenu l'autorisation pour la reprise de son service en numérique terrestre, effective depuis le 31 mars 2005. En conséquence, l'autorisation de M6 est prorogée jusqu'au 28 février 2012.

La nouvelle convention fixe les obligations particulières de la chaîne. Elle détermine notamment ses obligations en matière d'investissement dans le domaine de la production d'œuvres audiovisuelles :

- 18% du chiffre d'affaires annuel net de l'année précédente doit être consacré à des dépenses contribuant au développement des œuvres audiovisuelles françaises et européennes. Au sein de ces 18%, 13.5% des dépenses doivent être consacrées aux œuvres d'expression originale française ;
- Les 2/3 de cette obligation doivent être consacrés à la production d'œuvres européennes ou d'expression originale française inédites ;
- Sur ces 18%, M6 doit réserver au moins 2/3 de ses investissements à des commandes indépendantes ;
- M6 a l'obligation de diffuser 100 heures d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française ou européenne débutant entre 20 h. et 21 h. et n'ayant pas fait l'objet d'une diffusion en clair sur un réseau hertzien terrestre à caractère national ;
- Les obligations en matière de diffusion de programmes sous-titrés à destination des sourds et mal-entendants prévoient une montée en charge de 200 heures chaque année pour arriver en 2006, à une obligation de 1 000 heures de programmes sous-titrés. En 2006, l'obligation de M6 était de 1000 heures ;
- En matière d'animation, au moins 1% du chiffre d'affaires annuel net de l'année précédente doit être consacré à la production de dessins animés d'expression originale française et européenne.

Les obligations de production de la chaîne sont également régies par le décret du 9 juillet 2001 modifié. En vertu du texte précité, la chaîne doit également consacrer 3,2% de son chiffre d'affaires à la production d'œuvres cinématographiques européennes.

RAPPORT DE GESTION
INFORMATIONS FINANCIÈRES
INFORMATIONS JURIDIQUES

La convention détermine également les obligations musicales de la chaîne (par an : diffusion d'un minimum de 30% de musique sur 24h, dont 50% de musique d'expression originale française, soit un investissement de 21,34 M€ dans des émissions musicales et dans la production et la diffusion de 150 vidéomusiques consacrées à des artistes francophones dont 30 à des nouveaux talents).

Les obligations musicales de la chaîne pourront être réexaminées au vue de l'offre musicale sur les chaînes numériques hertziennes en clair.

L'ensemble des programmes est soumis à une signalétique de 4 catégories permettant de déterminer le public auquel ils s'adressent.

Les obligations liées aux quotas de diffusion résultent du décret 90-66 modifié du 17 Janvier 1990 et de l'avenant n°2 à la convention en date du 22 juillet 2003 :

- Pour les œuvres audiovisuelles: quota obligatoire de 40% minimum d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française et de 60% d'œuvres européennes sur 24 heures et même obligation sur la plage d'heures d'écoute significatives annuellement déterminée par le CSA, à savoir 17 h 00 - 23 h 00 et 14 h 00 - 23 h 00 le mercredi ;
- Pour les œuvres cinématographiques : M6 ne doit pas diffuser plus de 192 films dans l'année et 144 films aux heures de grande écoute (20 h 30 et 22 h 30). Les œuvres cinématographiques doivent respecter les quotas de 40% d'œuvres d'expression originale française et 60% d'œuvres européennes sur l'ensemble de la journée et aux heures de grande écoute.

En matière publicitaire, la loi n° 93-122 du 22 janvier 1993 (dite loi Sapin) régit les relations entre les annonceurs, leurs mandataires et les supports publicitaires.

Les autres règles s'appliquant à la diffusion de messages publicitaires résultent essentiellement du décret 92-280 du 27 Mars 1992 et de l'article 73 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986.

2.2 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LE CAPITAL

■ 2.2.1. CONDITIONS AUXQUELLES LES STATUTS SOUMETTENT LES MODIFICATIONS DU CAPITAL ET DES DROITS ATTACHÉS

Toutes modifications du capital ou des droits attachés aux titres qui le composent sont prévues par les dispositions statutaires. L'Assemblée Générale Extraordinaire est seule compétente pour décider, sur le rapport du Directoire, une augmentation de capital. Si l'augmentation est réalisée par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, l'Assemblée Générale statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées Générales Ordinaires.

EVOLUTION HISTORIQUE DU CAPITAL

Date	Nature de l'Opération	Augmentation de capital	Nombre de titres créés	Capital à l'issue de l'opération	Nombre d'actions composant le capital
15.09.86	Constitution	10 000 000,00 F	100 000	10 000 000	100 000
16.05.87	Souscription	190 000 000,00 F	1 900 000	200 000 000	2 000 000
21.05.90	Réduction de capital	(198 000 000,00 F)	(1 980 000)	2 000 000	20 000
21.06.90	Souscription d'actions	200 000 000,00 F	2 000 000	202 000 000	2 020 000
31.12.93	Exercice d'options de souscription par les salariés (1)	6 900 000,00 F	69 000	208 900 000	2 089 000
06.09.94	Division du nominal par 5	-	-	208 900 000	10 445 000
31.12.95	Exercice d'options de souscription par les salariés (1)	4 337 000,00 F	216 850	213 237 000	10 661 850
31.12.95	Conversion d'obligations (2)	50 387 700,00 F	2 519 385	263 624 700	13 181 235
03.12.99	Conversion du capital social en €	12 535 613,57 €	-	52 724 940 €	13 181 235
30.12.99	Conversion d'obligations	30 536,00 €	7 634	52 755 476 €	13 188 869
26.05.00	Division du nominal par 10	-	-	-	131 888 690

(1) Souscription au nominal

(2) Prime d'émission de 158 050 720 F

MONTANT DU CAPITAL LIBÉRÉ, NOMBRE ET CATÉGORIES D' ACTIONS

Au 31 décembre 2006, le capital social entièrement libéré est de 52 755 476 € divisé en 131 888 690 actions de 0,40 € chacune toutes de même catégorie.

PACTE D' ACTIONNAIRES

À la connaissance de la société, il n'existe pas de pacte d'actionnaire

NANTISSEMENT DES ACTIONS

Néant.

ALIÉNATION D' ACTIONS INTERVENUES À L' EFFET DE RÉGULARISER LES PARTICIPATIONS CROISÉES

(article 251 du décret du 23 mars 1967)

Néant.

AUTOCONTRÔLE

(article L.233 13 du Code de commerce)

Sociétés contrôlées détenant une part du capital de la société :

Néant.

AUGMENTATION DE CAPITAL RÉSERVÉE AUX SALARIÉS

La dernière assemblée générale ayant statué sur une proposition d'augmentation de capital réservée aux salariés est celle du 28 avril 2005.

CAPITAL POTENTIEL

L'exercice de l'intégralité des options conduirait à la création de 3 491 850 actions nouvelles, ce qui ferait passer le capital social de 131 888 690 actions au 31 décembre 2006 à 135 380 540 actions, soit une dilution potentielle maximale de 2,65%.

Toutefois, seuls les plans de souscription d'actions approuvés lors des conseils du 30 juin 2000, du 7 juin 2001, du 7 juin 2002 et du 28 avril 2004 ont pu faire en 2006 l'objet de l'exercice de souscription.

Capital potentiel en euros									
Date de l'assemblée (autorisation)	26/05/2000	26/05/2000	26/05/2000	26/05/2000	26/05/2000	28/04/2004	28/04/2004	28/04/2004	TOTAL DES PLANS DE SOUSCRIPTION
Date du conseil (attribution)	30/06/2000	07/06/2001	07/06/2002	25/07/2003	14/11/2003	28/04/2004	02/06/2005	06/06/2006	
Nombre d'actions maximum pouvant être souscrit par exercice des options attribuées restantes	185 300	325 300	481 500	555 500	20 000	679 500	558 000	686 750	3 491 850
Point de départ du délai d'exercice des options attribuées	01/07/2004	08/06/2005	08/06/2006	26/07/2007	15/11/2007	29/04/2006	02/06/2007	06/06/2008	
Date d'expiration des options	29/06/2007	06/06/2008	07/06/2009	25/07/2010	14/11/2010	28/04/2011	01/06/2012	05/06/2013	
Capital social potentiel sur la base des options exerçables	74 120	130 120	192 600	222 200	8 000	271 800	223 200	274 700	1 396 740
Prix de souscription (1)	58,58	30,80	28,06	22,48	23,82	24,97	19,94	24,60	26,44
Nombre d'actions composant le capital social	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690	131 888 690
Valeur nominale unitaire	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Capital social	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476	52 755 476
Nombre d'actions composant le capital social après exercice des options	132 073 990	132 213 990	132 370 190	132 444 190	131 908 690	132 568 190	132 446 690	132 575 440	135 380 540
Nouveau capital social après exercice des options	52 829 596	52 885 596	52 948 076	52 977 676	52 763 476	53 027 276	52 978 676	53 030 176	54 152 216
Dilution potentielle induite	0,14%	0,25%	0,37%	0,42%	0,02%	0,52%	0,42%	0,52%	2,65%

(1) Prix de souscription pondéré

**CAPITAL AUTORISÉ NON ÉMIS : DÉLÉGATIONS EN COURS
DE VALIDITÉ ET UTILISATIONS DE CES DÉLÉGATIONS**

(article L.225 100 alinéa 7 du Code de commerce)

	Montant nominal maximal des augmentations de capital	Montant nominal maximal des titres d'emprunt	Validité de l'autorisation	Durée restant(1) à courir	Assemblée Générale	N° de résolution
Augmentation du capital (par apport en numéraire ou par apport de titre) (délégation globale au Directoire)	50 M€		26 mois	2 mois	AGM 28/04/05	12
Possibilité d'augmentation complémentaire de capital	(2)		26 mois	2 mois	AGM 28/04/05	13
Autorisation de supprimer le DPS (4) et faculté de prévoir un délai de priorité	(3)		26 mois	2 mois	AGM 28/04/05	14
Attribution gratuite d'actions (délégation de pouvoirs au Directoire)	(5)		36 mois	12 mois	AGM 28/04/05	11
Emprunt obligataire (ne donnant pas accès au capital)		300 M€	5 ans	4 ans	AGM 24/04/06	8

(1) Le temps restant à courir est déterminé à compter de l'AGM du 02/05/07- (2) Dans la limite de 15% du plafond initial – (3) Dans le plafond max. de la résolution 12 de l'AGM du 28/04/05 – (4) D.P.S : droit préférentiel de souscription – (5) Dans la limite pour chacun des trois prochains exercices de 0,5% du capital à la date d'attribution gratuite d'actions.

ACQUISITION PAR MÉTROPOLÉ TÉLÉVISION DE SES PROPRES ACTIONS : DÉLÉGATIONS EN COURS DE VALIDITÉ ET UTILISATION DE CES DÉLÉGATIONS

	Montant nominal maximal	Validité de l'autorisation	Durée restant(1) à courir	Assemblée Générale	N° de résolution
Programme de rachat d'actions propres	(2)	18 mois	18 mois	AGM 24/04/06	7
Réduction du capital par annulation d'actions propres	(2)	AGOA 2007	2 mois	AGM 24/04/06	9

(1) A compter de l'AGM du 24/04/06 – (2) dans la limite de 10% du capital

Durant l'exercice écoulé, la société a utilisé les autorisations d'achat de ses propres actions qui lui avaient été accordées successivement par l'Assemblée Générale Mixte du 28 avril 2005 et 24 avril 2006. Ces autorisations ont été uniquement utilisées dans le cadre du contrat de liquidité, conforme à la Charte de déontologie de l'AFEI, dont la mise en oeuvre a été confiée au prestataire de services d'investissements CA Chevreux le 15 décembre 2004.

Au cours de l'exercice 2006, le nombre d'actions achetées par le contrat s'est élevé à 445 491 au cours moyen de 24,57 €, et le nombre d'actions vendues de 453 491 titres au cours moyen de 24,97 €, soit un solde au 31 décembre 2006 de 20 000 actions et de 2 896 015,80 € en espèces.

DROITS ATTACHÉS AUX ACTIONS

Toutes les actions sont de même catégorie et bénéficient des mêmes droits, tant dans la répartition des bénéfices que dans le boni de liquidation. Chaque action donne droit à une voix lors de la tenue des assemblées. Il n'existe pas de droit de vote double. Les dividendes et acomptes sur dividendes mis en paiement se prescrivent par 5 ans au profit de l'Etat.

NÉGOCIABILITE DES ACTIONS

Toutes les actions sont librement négociables sur l'Eurolist d'Euronext Paris.

MODE D'INSCRIPTION DES ACTIONS

Depuis l'introduction en Bourse, les actions sont inscrites au gré des propriétaires :

- en compte nominatif pur tenu par CACEIS ;
- en compte nominatif administré ;
- au porteur identifiable chez un intermédiaire habilité.

Les actions sont admises aux opérations de EUROCLEAR-SICOVAM.

IDENTIFICATION DES ACTIONNAIRES

La société est autorisée à faire usage des dispositions légales prévues en matière d'identification des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires.

RETENUES FISCALES SUR LES DIVIDENDES

a) Résidents français

Actionnaires personnes physiques

Les dividendes :

Les dividendes d'actions françaises distribués à des personnes physiques résidents français, à compter de 2006 sont pris en compte pour la détermination du revenu soumis :

- à l'impôt sur le revenu au barème progressif, à hauteur de 60% de leur montant (après application de l'abattement de 40% prévu à l'article 158-3 du CGI) ;
- aux contributions sociales à hauteur de 100% de leur montant ;
- à la contribution sociale généralisée de 8,2% (article 1600 - OE du CGI) ;
- au prélèvement social de 2% auquel s'ajoute une contribution additionnelle de 0,3% ;
- à la contribution au remboursement de la dette sociale de 0,5%.

Par ailleurs, les dividendes bénéficient d'un abattement global et annuel de 3 050 € pour les couples mariés ou partenaires d'un PACS soumis à une imposition commune et de 1 525 € pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées avec une imposition séparée.

Les plus-values :

A titre de règle générale, les plus-values de cession de titres de société sont imposables à l'impôt sur le revenu au taux de 27%⁽¹⁾ soit :

- l'impôt sur le revenu au taux de 16% (article 200A 2e du CGI) ;
- la contribution sociale généralisée au taux de 8,2% ;
- le prélèvement social au taux de 2%, auquel s'ajoute une contribution additionnelle de 0,3% ;
- la contribution au remboursement de la dette sociale au taux de 0,5%.

(1) Si le montant annuel des cessions de valeurs mobilières du foyer fiscal de l'actionnaire excède 20 000 € pour les opérations réalisées en 2007. Dans le cas contraire, la plus-value est exonérée.

b) Non-résidents Français

Les dividendes distribués par les sociétés dont le siège social est situé en France font, en principe, l'objet d'une retenue à la source de 25% lorsque le domicile fiscal ou le siège des bénéficiaires est situé hors de France. Mais cette retenue à la source peut être réduite, voire supprimée, et un droit au remboursement de l'avoir fiscal peut être accordé, en application de conventions fiscales internationales, les dividendes distribués aux sociétés mères d'Etats membres de l'UE pouvant, sous certaines conditions, en être exonérés.

■ 2.2.2. FONDS COMMUN DE PLACEMENT ET PARTICIPATION AUX RESULTATS

FONDS COMMUN DE PLACEMENT EN ACTIONS M6

Fonds commun de placement en actions M6, investi en actions Métropole Télévision, ce fonds a été créé en septembre 1994.

Au 31 décembre 2006, l'actif net du fonds, qui est exclusivement détenu par des collaborateurs du Groupe, était de 3 218 115 € (743 porteurs de parts détenant indirectement 119 600 actions). Le fonds représentait 0,09% du capital social.

PARTICIPATION AUX RÉSULTATS

Deux accords de participation sont en place : l'un pour les sociétés du pôle téléachat et l'autre pour Métropole Télévision et ses filiales. Ils permettent une mise en commun des réserves de participation des sociétés concernées pour chaque pôle, au profit de l'ensemble des collaborateurs. Cette répartition est réalisée à hauteur de 30% en fonction du temps de présence au cours de l'exercice (minimum 3 mois), et à hauteur de 70% en fonction de la rémunération annuelle (plafonnées à 124 272 €).

ACQUISITION D'ACTIONS DESTINÉES À ÊTRE ATTRIBUÉES AUX SALARIÉS DANS LE CADRE DE LA PARTICIPATION DES SALARIÉS AUX RÉSULTATS

(articles L.225 211 alinéa 2 et L.225 208 du Code de commerce)
Néant.

RÉPARTITION DES DROITS DE VOTE

La répartition des droits de vote est identique à celle des actions sous réserve de l'article 35 des Statuts relatifs à la limitation des droits de vote. Il n'existe pas de pacte d'actionnaires.

2.3 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LES FILIALES ET PARTICIPATIONS DE LA SOCIÉTÉ ET DES SOCIÉTÉS CONTRÔLÉES

■ 2.3.1. ACCORDS D'ACTIONNAIRES

Pour mémoire, M6 et TF1 avaient conclu un accord d'actionnaires prévoyant que la gestion conjointe de TPS était assurée par TPS Gestion, gérant statutaire unique.

Le Conseil d'Administration de TPS Gestion était composé de 8 membres, dont 3 désignés par M6 et 5 désignés par TF1.

Les décisions stratégiques essentielles à la réalisation des objectifs financiers et opérationnels de TPS étaient prises à la majorité qualifiée de 75% du Conseil d'Administration. Ces décisions comprenaient notamment l'approbation du budget annuel de fonctionnement de TPS, les investissements ou dépenses représentant un engagement supérieur à 6 M€.

L'accord d'actionnaires M6-TF1 qui existait au seul titre de TPS, a cessé d'être applicable le 4 janvier 2007, date de l'apport de TPS au Groupe Canal+ France. Depuis cette date, il n'existe aucun accord d'actionnaire concernant Métropole Télévision au sein du Groupe Canal+ France.

■ 2.3.2. PRISES DE PARTICIPATION DIRECTES SUPÉRIEURES AU VINGTIÈME, AU DIXIÈME, AU CINQUIÈME, AU TIERS, OU DE LA MOITIÉ DU CAPITAL ET PRISES DE CONTRÔLE (ART.L 233-6 DU CODE DE COMMERCE) AU 31.12.06.

Le tableau ci-dessous énumère conformément aux dispositions légales, les informations suivantes :

Dénomination	Forme Juridique	Détenion		Total en %
		Directe	Indirecte	
MANDARIN FILMS	SAS	100%		100%
ECHO6	SAS	50%		50%
FEMMES EN VILLE	SAS	50%		50%
M6 CRÉATIONS	SAS	100%		100%
M6 DIVERTISSEMENTS	SAS	100%		100%
M6 RÉCRÉATIVE	SAS	100%		100%
IMMOBILIÈRE 46D	SAS	100%		100%

■ 2.3.3. INFORMATIONS SUR LES RELATIONS MÈRE - FILIALES

La société Métropole Télévision a une activité économique propre et définit également les principales orientations stratégiques de son groupe.

Elle anime les différentes entités du Groupe dans un cadre qu'elle fixe et définit :

- par les orientations données aux activités du Groupe ;
- par les spécificités induites par chacun des trois grands métiers du Groupe que sont la Télévision gratuite, la Télévision numérique et les Diversifications ;
- par la mise à disposition d'un certain nombre d'activités fonctionnelles (Direction Financière, Services Généraux, Ressources humaines, Direction Juridique, Service informatique, Communication interne...) qui s'appliquent de manière transversale à l'ensemble du Groupe. Ces responsabilités fonctionnelles sont exercées via des filières d'experts intégrés au sein de chaque métier du Groupe. Cette mise à disposition est formalisée par des Conventions d'assistance technique facturée à chaque filiale.

D'un point de vue financier :

- la Centralisation de trésorerie permet à M6 de gérer et de consolider la trésorerie de la plupart des filiales du Groupe permettant ainsi une optimisation de gestion de la trésorerie Groupe qui bénéficie à chaque entité.

Aux termes d'une convention de placement de trésorerie signée entre Immobilière Bayard d'Antin SA et Métropole Télévision en date du 1^{er} décembre 2005, la société Métropole Télévision a la possibilité de prêter ses disponibilités de trésorerie à l'Immobilière Bayard d'Antin SA soit au jour le jour, soit en bloquant une partie de ce prêt sur une période ne pouvant excéder trois mois. La rémunération prévue par cette convention est conforme aux conditions de marché. Afin de respecter la politique de placement de Métropole Télévision, le placement à l'Immobilière Bayard d'Antin SA ne pourra excéder 20% des liquidités du Groupe Métropole Télévision.

D'un point de vue fiscal :

- La société Métropole Télévision est mère d'un groupe intégré fiscalement au sens des dispositions de l'article 223 A du Code Général des Impôts.
- Au 31 décembre 2006, les filiales et participations du Groupe Métropole Télévision sont au nombre de 63 réparties en :
 - filiales significatives consolidées (24) ;
 - filiales non significatives consolidées (31) ;
 - filiales non consolidées (8).

Filiales significatives consolidées (24)	Implantation géographique	Prêt / garantie	Centralisation de trésorerie	Flux divers significatifs*	Participation (arrondi)	Impact des intérêts minoritaires
TÉLÉVISION GRATUITE						
M6 Publicité	France	-	oui	rémunération Régie	100%	-
M6 Films	France	-	oui	NS	100%	-
Métropole Production	France	-	oui	achats de droits prestations ou assistance techniques	100%	-
C. Productions	France	-	oui	achats de droits	100%	-
Studio 89 Productions	France	-	oui	achats de droits	100%	-
W9 Productions	France	-	oui	achats de droits	100%	-
CHAÎNES NUMÉRIQUES						
M6 Thématique	France	-	oui	NS	100%	-
Extension TV Série Club	France	-	oui	NS	50%	-
Fun TV	France	-	oui	NS	100%	-
Paris Première	France	-	oui	NS	100%	-
TF6 SCS	France	-	-	NS	50%	-
EDI TV – W9	France	-	oui		100%	-
M6 Communication (M6 Music Black - Rock - Hit)	France	-	oui		100%	-
SediTV - Téva	France	-	oui	NS	51%	Pas d'impact particulier
DIVERSIFICATIONS ET DROITS AUDIOVISUELS						
Football Club des Girondins de Bordeaux	France	-	oui	NS	100%	Pas d'impact particulier
Home Shopping Service	France	-	oui	NS	100%	-
M6 Éditions	France	-	oui	publicité	100%	-
M6 Événements	France	-	oui	NS	100%	-
Société Nouvelle de Distribution	France	-	oui	achats de droits	100%	-
Société Nouvelle de Cinématographie	France	-	oui	NS	100%	-
M6 Interactions	France	-	oui	publicité	100%	-
M6 Web	France	-	oui	publicité	100%	-
TCM Droits Audiovisuels	France	-	-	achats de droits	50%	-
Mistergooddeal	France	-	-	NS	95%	Pas d'impact particulier

*Flux supérieurs à 500 K€

Du fait de leurs activités individuelles, les flux existants entre les sociétés ci-après et le Métropole Télévision n'ont pas un caractère significatif. (services financiers)

Filiales non significatives consolidées (31)	Participation (arrondi)
M6 Numérique (1)	100%
M6 Toulouse (1)	100%
Mandarin (1)	100%
SCI du 107 (1)	100%
TF6 Gestion	50%
LABO Production	100%
Multiplex R4	58%
M6 Développement	100%
Echo6	50%
Mandarin Films	100%
Culture Mag Editions (1)	90 %
Immobilière M6 (1)	100 %
M6 Studio (1)	100%
Live stage (1)	99 %
M6 Bordeaux (1)	100 %
M6 Diffusion (1)	100 %
M6 Foot (1)	100 %
M6 Opérations	51 %
Citato	80%
M6 Affaires	100%
Femmes en ville	50%

Filiales non significatives consolidées (31)	Participation (arrondi)
Sous-Groupe HSS :	
Boutique du Monde (2)	100%
Club Téléachat (2)	100%
HSS Belgique	100%
HSS Hongrie	100%
SETV Belgique	100%
Tecipress (2)	100%
Télévente promotion (2)	100%
Unité 15 Belgique	100%
Unité 15 France (2)	100%
Retail Concept	100%

(1) Centralisation de trésorerie M6

(2) Cash pooling HSS / M6

Filiales non consolidées (8)	Participation (arrondi)
ENEX	20%
Métropolest	50%
PINK TV	9%
TCM Gestion	50%

Filiales non consolidées	Participation (arrondi)
M6 Récréative	100%
M6 Divertissement	100%
M6 Créations	100%
Immobilière 46 D	100%

2.4. AUTRES INFORMATIONS RELATIVES AUX COMPTES SOCIAUX

■ 2.4.1. INFORMATIONS FISCALES

COMPTES AU 31.12.2006	MONTANT (K€)
Montant global des dépenses et charges exclues des charges déductibles (Article 39-4 du CGI)	25,4
Montant global des jetons de présence exclus des charges déductibles(Article 210 sexies du CGI)	0
> Rémunérations et autres charges afférentes aux personnes les mieux rémunérées	4 743,4
> Cadeaux et frais de réception	636,6
Montant des dépenses figurant sur le relevé spécial des Frais Généraux (Article 223 quinquies du CGI)	
> Montant des dépenses susvisées réintégrées dans les bénéfices imposables	25,4

■ 2.4.2. INFORMATIONS SOCIALES

La société tient à la disposition de tout actionnaire qui en ferait la demande le bilan social prévu par les articles L.438-1 et suivants du Code du Travail.

3. ASSEMBLÉE GÉNÉRALE

3.1. DÉROULEMENT ET ORDRE DU JOUR DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 2 MAI 2007

- Présentation du rapport du Directoire
- Présentation des observations du Conseil de Surveillance
- Lecture des rapports des Commissaires aux Comptes :
 - rapport sur les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2006
 - rapport général sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2006 ;
 - rapport établi en application de l'article L.225-235 du Code de commerce sur le rapport du Président du Conseil de Surveillance de la société Métropole Télévision, pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière ;
 - rapport spécial sur les conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce ;
 - rapport sur les opérations sur le capital prévues aux résolutions 10, 11, 12, 13, 14 et 16.

- Vote des résolutions :

DE LA COMPÉTENCE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE À CARACTÈRE ORDINAIRE

- N° 1 : Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2006
- N° 2 : Approbation des conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce
- N° 3 : Affectation du résultat de l'exercice et fixation du montant du dividende
- N° 4 : Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2006
- N° 5 et 6 : Ratification de la cooptation de membres du Conseil de Surveillance
- N° 7 et 8 : Nominations de membres du Conseil de Surveillance
- N° 9 : Autorisation à donner au Directoire à l'effet d'opérer sur les actions de la société

DE LA COMPÉTENCE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE À CARACTÈRE EXTRAORDINAIRE

- N° 10 : Création d'un nouveau plan d'options de souscription d'actions portant sur 2 700 000 options de souscription d'actions
- N° 11 : Délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions
- N° 12 : Délégation globale de compétence au Directoire pour décider d'une augmentation du capital sans suppression du droit préférentiel de souscription
- N° 13 : Délégation globale de compétence au Directoire pour décider d'une augmentation du capital avec suppression du droit préférentiel de souscription
- N° 14 : Autorisation d'augmenter le montant des émissions en cas de demandes excédentaires
- N° 15 : Autorisation donnée au Directoire pour augmenter le capital social dans la limite de 10% en vue de rémunérer des apports en nature
- N° 16 : Augmentation de capital réservée aux salariés
- N° 17 : Modification de l'article 13 alinéa 1 des statuts – Autres valeurs mobilières
- N° 18 : Modification de l'article 16 alinéa 1 des statuts – Durée des fonctions des membres du Directoire
- N° 19 : Modification de l'article 27 des statuts – Réunion - Convocation
- N° 20 : Modification de l'article 28 alinéa 2 des statuts – Ordre du jour
- N° 21 : Modification de l'article 29 des statuts – Conditions d'admission aux assemblées
- N° 22 : Modification de l'article 43 – Dissolution anticipée
- N° 23 : Pouvoirs en vue des formalités.

3.2. RAPPORT DU DIRECTOIRE À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE

Mesdames, Messieurs,

Nous vous avons convoqués en Assemblée Générale Mixte pour soumettre à votre approbation les résolutions suivantes qui concernent d'une part l'Assemblée Générale Ordinaire et d'autre part l'Assemblée Générale Extraordinaire.

1. RÉOLUTIONS DE LA COMPÉTENCE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE

Nous soumettons à votre approbation les résolutions suivantes :

En 1^{re} résolution, les comptes et opérations de l'exercice 2006 qui vous auront été présentés, ainsi que les dépenses et charges visées à l'article 39-4 du Code Général des Impôts.

En 2^e résolution, les conventions visées à l'article L.225-86 du Code de commerce résumées dans le Rapport spécial des Commissaires aux comptes. Ce Rapport spécial est joint au document de référence.

En 3^e résolution, l'affectation du résultat de l'exercice de 144 582 632,00 € auquel s'ajoute le report à nouveau de l'exercice précédent de 470 394 034,39 €, soit un montant total distribuable de 614 976 666,39 €. avec la fixation du montant du dividende à 0,95 € par action et le report à nouveau du solde de 489 682 410,89 €.

En 4^e résolution, les comptes consolidés clos le 31 décembre 2006 tels qu'ils vous auront été présentés.

En 5^e et 6^e résolutions, la ratification de la cooptation de Elmar Heggen et Axel Duroux en qualité de membres du Conseil de Surveillance en remplacement de Ignace Van Meenen et Axel Ganz, démissionnaires, pour la durée restant à courir du mandat de leur prédécesseur, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2007.

En 7^e et 8^e résolutions, la nomination de Andreas Walker et Gilles Samyn en qualité de membres du Conseil de Surveillance pour une durée de quatre années, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2010.

En 9^e résolution, conformément aux dispositions de l'article L.225-209 et suivants du Code de commerce, l'autorisation à donner au Directoire à l'effet d'acquérir des actions de la société aux conditions suivantes :

- prix maximum d'achat : 37 €
- détention maximum : 10 % du capital incluant les actions auto-détenues au 28 février 2007
- période de délégation : 18 mois
- Montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat limité à 487 988 153 €.

Les acquisitions pourront être effectuées en vue :

- d'assurer l'animation du marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par l'intermédiaire d'un prestataire de service d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie de l'AFEI admise par l'AMF,
- de conserver les actions achetées et les remettre ultérieurement à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe, étant précisé que les actions acquises à cet effet ne peuvent excéder 5 % du capital de la société,
- d'assurer la couverture de plans d'options d'achat d'actions et autres formes d'allocation d'actions à des salariés et/ou des mandataires sociaux du groupe dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment au titre de la participation aux résultats de l'entreprise, au titre d'un plan d'épargne d'entreprise ou par attribution gratuite d'actions,
- d'assurer la couverture de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la société dans le cadre de la réglementation en vigueur,
- de procéder à l'annulation éventuelle des actions acquises

Ces achats d'actions pourront être opérés par tous moyens, y compris par voie d'acquisition de blocs de titres, et aux époques que le Directoire appréciera, y compris en période d'offre publique dans la limite de la réglementation boursière.

2. RÉOLUTIONS DE LA COMPÉTENCE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE

Nous soumettons à votre approbation les résolutions suivantes:

En 10^e résolution, l'autorisation d'attribuer des options de souscription d'actions de la société Métropole Télévision pendant un délai de trente huit mois, à compter de ce jour, donnant droit à souscrire à 2 700 000 actions de nominal 0,40 €. Les options qui donneront chacune droit à une action pourront être attribuées à concurrence d'un montant maximum de 900 000 par année.

Les bénéficiaires de ces options ne pourront être que les salariés et/ou les mandataires sociaux de la Société Métropole Télévision et des sociétés ou groupements d'intérêt économique qui lui sont liés dans les conditions de l'article L. 225-180 du Code de commerce.

Le prix de souscription des actions par les bénéficiaires des options ne saurait être inférieur à la moyenne des cours cotés aux vingt séances de bourse précédant le jour où les options seraient consenties.

Cette autorisation se substituera à la précédente autorisation donnée par l'Assemblée générale du 28 avril 2004.

En 11^e résolution, une délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions propres acquises par elle-même dans la limite de 10% du capital, sous réserve de votre approbation du plan de rachat d'actions visé à la 9^e résolution.

En 12^e et 13^e résolutions, des délégations de compétence à donner au Directoire à l'effet d'augmenter le capital par apport en numéraire, pour une durée de 26 mois, et dans la limite d'un montant nominal global de 50 000 000 €. Ces résolutions prévoient spécifiquement la faculté d'augmenter le capital :

- sans suppression du droit préférentiel de souscription (12^e résolution) et selon les modalités suivantes :
 - émission d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme à des actions ordinaires de la société ou de toute société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié de son capital ou dont elle possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital ;
 - et/ou par incorporation au capital de primes, réserves, bénéfices ou autres sous forme d'attribution d'actions gratuites ou d'élévation de la valeur nominale des actions existantes.

La ou les émissions seront réservées par préférence aux actionnaires qui pourront souscrire à titre irréductible. Conformément aux facultés prévues par la loi et dans le cas où les souscriptions à titre irréductible, et le cas échéant à titre réductible, n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, tout ou partie des titres non souscrits pourra notamment être offerte au public.

- avec suppression du droit préférentiel de souscription et avec droit de priorité aux actionnaires (13^e résolution), afin de saisir des opportunités offertes par les marchés financiers dans certaines circonstances. Dans ce cas, la délégation s'inscrira dans le cadre suivant :
 - émission d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme à des actions ordinaires de toute société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié de son capital ou dont elle possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital ;

- fixation d'un montant minimum par action émise, conformément aux dispositions légales et réglementaires applicables au moment de la mise en œuvre de la délégation ;
- en cas d'émission de titres appelés à rémunérer des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange, le Directoire disposera, dans les limites fixées ci-dessus, des pouvoirs nécessaires pour arrêter la liste des titres apportés à l'échange, fixer les conditions d'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soulte en espèces à verser, et déterminer les modalités d'émission.

En 14^e résolution, une délégation de compétence à donner au Directoire à l'effet d'augmenter le capital en cas de demandes excédentaires pour chacune des émissions réalisées dans le cadre des résolutions 12 et 13 et dans les conditions prévues à l'article L225-135-1 du Code de commerce et dans la limite des plafonds fixés par l'Assemblée.

Les autorisations données par les résolutions 12, 13 et 14 se substitueront à la précédente autorisation donnée par l'Assemblée générale du 28 avril 2005.

En 15^e résolution, une délégation à donner au Directoire à l'effet d'augmenter le capital par apport en nature consentie à la société et constitué de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, dans la limite d'un montant nominal global de 10 % du capital social et pour une durée de vingt six mois en vue de faciliter les éventuelles opérations de croissance externe.

En 16^e résolution, l'autorisation à donner au Directoire en vue de réaliser une ou plusieurs augmentations de capital réservées aux salariés adhérent à un plan d'épargne entreprise, avec suppression du droit préférentiel de souscription dans la limite d'un montant nominal de 0,5 % du capital social et pour une durée de vingt six mois. Le prix des actions à émettre ne pouvant être ni inférieur de plus de 20 %, ou de 30 % lorsque la durée d'indisponibilité prévue par le plan en application de l'article L. 443-6 est supérieure ou égale à dix ans, à la moyenne des premiers cours cotés de l'action lors des 20 séances de bourse précédant la décision du Directoire relative à l'augmentation de capital et à l'émission d'actions correspondante, ni supérieur à cette moyenne,

En 17^e résolution la modification de l'article 13 alinéa 1 des statuts pour mettre en harmonie les statuts avec l'article L228-40 du Code de commerce qui autorise le Directoire à procéder à l'émission d'obligations, sans autorisation de l'Assemblée, comme prévu antérieurement.

En 18^e résolution, la modification de l'article 16 alinéa 1 des statuts pour assouplir la règle de remplacement d'un poste vacant au Directoire, sous réserve des dispositions de l'article 15 des statuts qui prévoit un minimum de deux membres.

En 19^e, 20^e et 21^e résolutions, la modification des articles 27, 28 alinéa 2 et 29 des statuts pour se conformer au décret du 11 décembre 2006.

En 22^e résolution, la modification de l'article 43 des statuts pour actualiser la référence à l'article 71 de la loi du 24 juillet 1966

modifié depuis le 18 septembre 2000 en article L224-2 du Code de Commerce.

En 23^e résolution, une délégation à donner concernant les pouvoirs pour les formalités.

Nous espérons que ces propositions recevront votre agrément.

Neuilly sur Seine, le 5 mars 2007

3.3. OBSERVATIONS DU CONSEIL DE SURVEILLANCE A L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DU 2 MAI 2007

Mesdames, Messieurs, les actionnaires,

Convoqués en assemblée générale mixte conformément à la loi et aux statuts, vous venez de prendre connaissance des rapports du Directoire et des Commissaires aux Comptes sur l'exercice clos le 31 décembre 2006.

Conformément à l'article L.225-68 du Code de commerce, nous portons à votre connaissance nos observations relatives au rapport du Directoire et aux comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2006.

1. OBSERVATIONS DU CONSEIL

Le rapport du Directoire

Le rapport du Directoire à l'assemblée générale n'appelle pas de remarque particulière de la part du Conseil de Surveillance.

Le conseil a étudié les propositions de résolutions qui sont soumises à l'assemblée générale et le conseil vous invite à les approuver afin d'une part de donner au Directoire les moyens indispensables à la conduite de sa stratégie et d'autre part de mettre en harmonie les statuts de la société avec les dernières évolutions législatives.

Les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2006

Tels qu'ils vous ont été présentés après avoir été examinés par le comité d'audit et certifiés par les commissaires aux comptes, les

comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2006 n'appellent pas d'observation de la part du Conseil de Surveillance.

Le conseil vous invite en conséquence à approuver les résolutions proposées par le Directoire.

2. TRAVAUX DU CONSEIL

En application des règles légales, et au delà de l'examen des comptes sociaux et du rapport du Directoire au sujet desquels il vient de vous faire ses observations, le Conseil de Surveillance entend périodiquement le rapport du Directoire sur la marche de la société, il autorise les investissements majeurs, les constitutions de sûretés, les cessions partielles ou totales de participations et de biens et droits immobiliers.

Indépendamment de ces tâches, les délibérations marquantes du Conseil de Surveillance depuis la dernière assemblée générale annuelle des actionnaires ont été les suivantes :

- suivi de l'avancement du dossier TPS-Canal+France,
- examen et autorisation des plans d'attribution de valeurs mobilières aux salariés du Groupe.

Le Conseil de Surveillance

Neuilly-sur-Seine, le 5 mars 2007

3.3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

**RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES,
sur les opérations sur le capital prévues aux résolutions 10, 11, 12, 13, 14 et 16 de l'Assemblée
Générale Mixte du 2 mai 2007**

Assemblée Générale Mixte du 2 mai 2007

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société et en exécution des missions prévues par le Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur les opérations sur lesquelles vous êtes appelés à vous prononcer.

**1 - Ouverture d'options de souscription d'actions au bénéfice des membres du personnel
et/ou aux mandataires sociaux (résolution no10)**

En exécution de la mission prévue par les articles L. 225-177 et R.225-144 du Code de commerce (anciennement 174-19 du décret du 23 mars 1967), nous avons établi le présent rapport sur l'ouverture d'options de souscription d'actions au bénéfice des salariés ou certains d'entre eux ou certaines catégories de personnes et/ ou aux mandataires tant de la société Métropole Télévision S.A. que des sociétés ou groupements d'intérêt économique qui lui sont liées dans les conditions de l'article L.225-180 du Code de commerce. Le nombre total des options qui seront ouvertes ne pourra donner droit à souscrire à un nombre d'actions supérieur à 900 000 par an, soit 2 700 000 sur la période de la présente délégation.

Il appartient à votre Directoire d'établir un rapport sur les motifs de l'ouverture des options de souscription d'actions ainsi que sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription. Il nous appartient de donner notre avis sur les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier que les modalités proposées pour la fixation du prix de souscription sont mentionnées dans le rapport du Directoire, qu'elles sont conformes aux dispositions prévues par les textes, de nature à éclairer les actionnaires et qu'elles n'apparaissent pas manifestement inappropriées.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités proposées.

2 - Réduction du capital social par annulation d'actions achetées (résolution n°11)

En exécution de la mission prévue à l'article L. 225-209, al. 7 du Code de commerce, en cas de réduction du capital par annulation d'actions achetées, nous avons établi le présent rapport destiné à vous faire connaître notre appréciation sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences conduisant à examiner si les causes et conditions de la réduction du capital envisagée sont régulières. Cette opération s'inscrit dans le cadre de l'achat par votre société, dans la limite de 10 % de son capital actuel, de ses

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

propres actions, dans les conditions prévues à l'article L. 225-209 du Code de commerce. Cette autorisation d'achat est proposée par ailleurs à l'approbation de votre assemblée générale et serait donnée pour une période de 18 mois. Votre Directoire vous demande de lui déléguer, pour une période prenant fin à l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2007, au titre de la mise en œuvre de l'autorisation d'achat par votre société de ses propres actions, tous pouvoirs pour annuler, dans la limite de 10 % de son capital, par période de 18 mois, les actions ainsi achetées. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur les causes et conditions de la réduction du capital envisagée, étant rappelé que celle-ci ne peut être réalisée que dans la mesure où votre assemblée approuve au préalable l'opération d'achat, par votre société, de ses propres actions (résolution n°9).

3 - Emission de valeurs mobilières donnant accès au capital avec maintien du droit préférentiel de souscription (résolutions n°12 et 14)

En exécution de la mission prévue par l'articles L228-92 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'émission d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Directoire vous propose:

- de lui déléguer la compétence à l'effet de décider l'émission :
 - d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital (i) de la société, (ii) d'une société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital social de votre société, (iii) d'une société dont votre société possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital social, avec maintien du droit préférentiel de souscription (résolution n°12),

Le montant nominal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en application de la résolution n°12 ne pourra pas excéder 50 000 000 euros, étant précisé que ce montant sera réduit du montant des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu des délégations et autorisations conférées par l'assemblée générale dans la résolution n°13. Ce plafond tient compte du nombre supplémentaire de valeurs mobilières à créer dans le cadre de la mise en œuvre de la présente délégation, dans les conditions prévues à l'article L.225-135-1 du Code de commerce si vous adoptez la résolution n°14.

Votre Directoire vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de 26 mois, dans le cadre de l'article L.225-129-2, la compétence pour décider de cette opération et fixer les conditions d'émission.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre.

Nous ne nous prononçons pas sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre dans le cadre de la mise en œuvre de la résolution n°12 qui ne sont pas précisées dans le rapport du Directoire.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles les émissions seront réalisées.

Conformément à l'article R.225-116 du Code de commerce (anciennement 155-2 du décret du 23 mars 1967), nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de ces émissions par votre Directoire.

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

4 - Emission de valeurs mobilières donnant accès au capital avec suppression du droit préférentiel de souscription (résolutions n°13 et 14)

En exécution de la mission prévue par le Code de commerce et notamment les articles L.225-136 et L.228-92, nous vous présentons notre rapport sur les projets d'émission d'actions et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital, opérations sur lesquelles vous êtes appelés à vous prononcer.

Votre Directoire vous propose :

- de lui déléguer la compétence à l'effet de décider l'émission :
 - d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès au capital (i) de la société, (ii) d'une société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital social de votre société, (iii) d'une société dont votre société possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital social, avec suppression du droit préférentiel de souscription, avec faculté pour le Directoire d'instituer un droit de priorité au profit des actionnaires (résolution n°13), y compris en cas d'offre publique d'échange initiée par votre société.

Le montant nominal global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement ou à terme en application de la résolution n°13 ne pourra pas excéder 50 000 000 euros, étant précisé que ce montant sera réduit du montant des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu des délégations et autorisations conférées par l'assemblée générale dans la résolution n°12.

Ce plafond tient compte du nombre supplémentaire de valeurs mobilières à créer dans le cadre de la mise en œuvre de la présente délégation, dans les conditions prévues à l'article L.225-135-1 du Code de commerce si vous adoptez la résolution n°14.

Votre Directoire vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer, pour une durée de 26 mois, dans le cadre de l'article L.225-129-2, la compétence pour décider de cette opération et fixer les conditions d'émission et vous propose de supprimer, dans la résolution n°13, votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre. Nous ne nous prononçons pas sur les modalités de détermination du prix d'émission des titres de capital à émettre dans le cadre de la mise en œuvre de la résolution n°13 données dans le rapport du Directoire.

Le montant du prix d'émission des titres de capital à émettre n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles les émissions seront réalisées et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dans la résolution n°13.

Conformément à l'article R.225-116 du Code de commerce (anciennement 155-2 du décret du 23 mars 1967), nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de ces émissions par votre Directoire.

KPMG Audit

1, cours Valmy
92923 Paris La Défense Cedex
France

Ernst & Young

41, rue Ybry
92576 Neuilly-sur-Seine cedex
France

5 - Augmentation de capital avec suppression du droit préférentiel de souscription réservée aux salariés (résolution n°16)

En exécution de la mission prévue par les articles L.225-135 et suivants du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'augmentation de capital avec suppression du droit préférentiel de souscription d'un montant maximal de 0,5% du capital social atteint au jour de la décision du Directoire qui se prononce sur ladite augmentation, réservée aux salariés de la société et de sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 du Code de commerce, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer.

Cette augmentation de capital est soumise à votre approbation en application des dispositions des articles L.225-129-6 du Code de commerce et L.443-5 du Code du travail.

Votre Directoire vous propose, sur la base de son rapport, de lui déléguer pour une durée de 26 mois le pouvoir de fixer les modalités de cette opération et vous propose de supprimer votre droit préférentiel de souscription.

Il appartient à votre Directoire d'établir un rapport conformément aux articles R.225-113 et R.225-114 du Code de commerce (anciennement 154 et 155 du décret du 23 mars 1967). Il nous appartient de donner notre avis sur la sincérité des informations chiffrées tirées des comptes, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription et sur certaines autres informations concernant l'émission, données dans ce rapport.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier le contenu du rapport du Directoire relatif à cette opération et les modalités de détermination du prix d'émission.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital proposée, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission données dans le rapport du Directoire. Le montant du prix d'émission n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'augmentation de capital sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite.

Conformément à l'article R.225-116 du Code de commerce (anciennement 155-2 du décret du 23 mars 1967), nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'augmentation de capital par votre Directoire.

Paris La Défense,
le 3 avril 2007

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Grégoire Menou
Associé

Neuilly-sur-Seine,
le 3 avril 2007

Ernst & Young et Autres

Bruno Bizet
Associé

3.5. TEXTE DES RÉSOLUTIONS

■ 3.5.1. SOUMISES AU VOTE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE À TITRE ORDINAIRE

1^{er} Résolution

(Approbation des comptes sociaux de l'exercice clos le 31 décembre 2006)

L'Assemblée Générale Ordinaire, après avoir pris connaissance du Rapport de gestion établi par le Directoire et des Rapports des Commissaires aux comptes ainsi que des observations du Conseil de Surveillance :

- approuve les comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2006 tels qu'ils sont présentés, et qui font apparaître un bénéfice de 144 582 632 € ;
- approuve de ce fait les opérations traduites dans ces comptes et/ou résumées dans ces rapports ;
- approuve, en application de l'article 223 quater du Code Général des Impôts, les dépenses et charges visées à l'article 39-4 dudit code qui s'élèvent à 25 426 € et la charge d'impôt correspondante de 8 754 €.

2^e Résolution

(Conventions réglementées)

L'Assemblée Générale Ordinaire après avoir entendu la lecture du Rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions visées à l'article L. 225.86 du Code de commerce, approuve les conclusions dudit rapport.

3^e Résolution

(Affectation du résultat et fixation du montant du dividende)

Le résultat de l'exercice s'élève à :	144 582 632,00 €
Le report à nouveau de l'exercice précédent s'élève à	470 394 034,39 €
Montant total distribuable	614 976 666,39 €
Il est proposé :	
De mettre en paiement un dividende de 0,95 € par action pour chacune	
des actions composant le capital	125 294 255,50 €
De reporter à nouveau le solde de	489 682 410,89 €

L'Assemblée Générale Ordinaire approuve l'affectation des résultats proposée par le Directoire et fixe, en conséquence, le dividende de l'exercice 2006 à 0,95 € par action.

Les sommes distribuées sont éligibles à l'abattement de 40%, conformément aux dispositions de l'article 158-3 du Code général des impôts, pour les actionnaires pouvant y prétendre.

Le dividende sera mis en paiement le 4 mai 2007.

Il est précisé qu'au cas où, lors de cette mise en paiement, la société détiendrait certaines de ses propres actions, la somme correspondant aux dividendes non versés à hauteur de ces actions, en application de l'article L. 225-210 alinéa 4 du Code de commerce, serait affectée au compte report à nouveau.

Conformément à l'article 243 bis du Code général des Impôts, il est mentionné ci-après le montant des dividendes mis en paiement au titre des trois exercices précédents correspondant dont l'Assemblée Générale prend acte :

Exercice	Dividende distribué par actions en euros	Dividende distribué par actions éligible à l'abattement	Montant global de la distribution éligible à l'abattement
2003	0,67	NA	NA
2004	0,84	0,84 €	110 786 499,60
2005	0,95	0,95 €	125 294 255,50

4^e Résolution

(Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2006)

L'Assemblée Générale Ordinaire, après avoir entendu la lecture du rapport du Directoire sur la gestion du Groupe dans le Rapport de gestion, des observations du Conseil de Surveillance, du rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés, approuve :

les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2006 établis conformément aux dispositions des articles L.233-16 et suivants du Code de commerce, tels qu'ils lui ont été présentés et qui font apparaître un bénéfice de 408, 5 M€.

5^e Résolution

(Ratification de la cooptation d'un membre du Conseil de Surveillance)

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de M. Elmar Heggen, en qualité de membre du Conseil de Surveillance, faite à titre provisoire par le Conseil de Surveillance en date du 22 novembre 2006, en remplacement de M. Ignace Van Meenen, démissionnaire, pour la durée restant à courir du mandat de ce dernier, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2007.

6^e Résolution

(Ratification de la cooptation d'un membre du Conseil de Surveillance)

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de M. Axel Duroux, en qualité de membre du Conseil de Surveillance, faite à titre provisoire par le Conseil de Surveillance en date du 6 février 2007, en remplacement de M. Axel Ganz, démissionnaire, pour la durée restant à courir du mandat de ce dernier, soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2007.

7^e Résolution

(Nomination d'un membre du Conseil de Surveillance)

L'Assemblée Générale nomme
- M. Andreas Walker
né le 2 juin 1966, à Pforzheim (Allemagne)
de nationalité allemande
demeurant à Taunusstein – Bleidenstadt (Allemagne)

en qualité de membre du Conseil de Surveillance.

pour une durée d'un 4 années soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2010.

M. Andreas Walker a fait savoir par avance qu'il acceptait ces fonctions et qu'il satisfait à toutes les conditions requises par la loi et les règlements pour l'exercice du mandat de membre du Conseil de Surveillance.

8^e Résolution

(Nomination d'un membre du Conseil de Surveillance)

L'Assemblée Générale nomme
- M. Gilles Samyn
né le 2 janvier 1950, à Nice (06)
de nationalité française
demeurant 1, Chemin-de-Florenchamp –
6120 Ham-sur-Heure (Belgique)

en qualité de membre du Conseil de Surveillance.

pour une durée de 4 années soit jusqu'à l'Assemblée Générale Ordinaire qui statuera sur les comptes de l'exercice 2010.

M. Gilles Samyn a fait savoir par avance qu'il acceptait ces fonctions et qu'il satisfait à toutes les conditions requises par la loi et les règlements pour l'exercice du mandat de membre du Conseil de Surveillance.

9^e Résolution

(Autorisation donnée au Directoire à l'effet d'opérer sur les actions de la société)

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Directoire, autorise ce dernier, pour une période de dix huit mois, conformément aux articles L. 225-209 et suivants du Code de commerce, à procéder à l'achat, en une ou plusieurs fois aux époques qu'il déterminera, d'actions de la société dans la limite de 10% du nombre d'actions composant le capital social soit sur la base du capital actuel, 131.888.690 actions.

Cette autorisation met fin à l'autorisation donnée au Directoire par l'Assemblée Générale ordinaire du 24 avril 2006.

Les acquisitions pourront être effectuées en vue de :

- assurer l'animation du marché secondaire ou la liquidité de l'action Métropole Télévision par l'intermédiaire d'un prestataire

de service d'investissement au travers d'un contrat de liquidité conforme à la charte de déontologie de l'AFEI admise par l'AMF,

- conserver les actions achetées et les remettre ultérieurement à l'échange ou en paiement dans le cadre d'opérations éventuelles de croissance externe, étant précisé que les actions acquises à cet effet ne peuvent excéder 5% du capital de la société,
- assurer la couverture de plans d'options d'achat d'actions et autres formes d'allocation d'actions à des salariés et/ou des mandataires sociaux du Groupe dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment au titre de la participation aux résultats de l'entreprise, au titre d'un plan d'épargne d'entreprise ou par attribution gratuite d'actions,
- assurer la couverture de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la société dans le cadre de la réglementation en vigueur,
- procéder à l'annulation éventuelle des actions acquises, sous réserve de l'autorisation à conférer par la présente assemblée générale des actionnaires dans sa 11^e résolution à caractère extraordinaire

Ces achats d'actions pourront être opérés par tous moyens, y compris par voie d'acquisition de blocs de titres, et aux époques que le Directoire appréciera, y compris en période d'offre publique dans la limite de la réglementation boursière.

Le prix maximal d'achat est fixé à 37 € par action. En cas d'opération sur le capital notamment de division ou de regroupement des actions ou d'attribution gratuite d'actions, le montant sus-indiqué sera ajusté dans les mêmes proportions (coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre d'actions composant le capital avant l'opération et le nombre d'actions après l'opération).

Le montant maximal de l'opération est ainsi fixé à 487 988 153 €.

L'Assemblée Générale confère tous pouvoirs au Directoire à l'effet de procéder à ces opérations, d'en arrêter les conditions et les modalités, de conclure tous accords et d'effectuer toutes formalités.

■ 3.5.2. SOUMISES AU VOTE DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE À TITRE EXTRAORDINAIRE

10^e Résolution

(Délégation en matière d'options de souscription d'actions)

L'assemblée générale, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des commissaires aux comptes :

- autorise le Directoire dans le cadre des dispositions des articles L.225-177 à L. 225-185 du Code de commerce, à consentir en une ou plusieurs fois, au profit des bénéficiaires ci-après indiqués, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la société à émettre à titre d'augmentation de capital,
- fixe à trente-huit mois à compter du jour de la présente assemblée générale la durée de validité de la présente délégation,
- décide que les bénéficiaires de ces options ne pourront être que :
 - d'une part, les salariés ou certains d'entre eux, ou certaines catégories du personnel,
 - d'autre part, les mandataires sociaux définis par la loi,

tant de la Société Métropole Télévision que des sociétés ou groupements d'intérêt économique qui lui sont liés dans les conditions de l'article L. 225-180 du Code de commerce ;

- décide que le nombre total des options qui seront ouvertes ne pourra donner droit à souscrire un nombre d'actions supérieur à 900 000 par an, soit 2 700 000 sur la période de la présente délégation, sous réserve de toutes autres limitations légales.
- décide que le prix de souscription des actions par les bénéficiaires sera fixé le jour où les options seront consenties par le Directoire et ne pourra être inférieur à la moyenne des cours cotés aux vingt séances de Bourse précédant le jour où l'option est consentie.

- décide qu'aucune option ne pourra être consentie :

- ni dans le délai de dix séances de bourse précédant et suivant la date à laquelle les comptes consolidés sont rendus publics,
- ni dans le délai compris entre la date à laquelle les organes sociaux de la société ont connaissance d'une information qui, si elle était rendue publique, pourrait avoir une incidence significative sur le cours des titres de la société, et la date postérieure de dix séances de bourse à celle où cette information est rendue publique,

- moins de vingt séances de bourse après le détachement des actions d'un coupon donnant droit à un dividende ou à une augmentation de capital ;

- prend acte de ce que la présente autorisation comporte, au profit des bénéficiaires des options de souscription d'actions, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options.

- délègue tous pouvoirs au Directoire pour fixer les autres conditions et modalités de l'attribution des options et de leur levée et notamment pour :

- fixer les conditions dans lesquelles seront consenties les options et arrêter la liste ou les catégories de bénéficiaires tels que prévus ci-dessus ; fixer, le cas échéant, les conditions d'ancienneté que devront remplir ces bénéficiaires ; décider des conditions dans lesquelles le prix et le nombre des actions devront être ajustés notamment dans les hypothèses prévues aux articles 174-8 à 174-16 du décret du 23 mars 1967,

- fixer la ou les périodes d'exercice des options ainsi consenties, étant précisé que la durée des options ne pourra excéder une période de sept ans, à compter de leur date d'attribution,

- établir éventuellement des clauses d'interdiction de revente immédiate de tout ou partie des actions, sans que le délai imposé pour la conservation des titres puisse excéder trois ans à compter de la levée d'option, et sous réserve, le cas échéant, de toute décision du Conseil de Surveillance en la matière pour les options consenties aux membres du Directoire.

- prévoir la faculté de suspendre temporairement les levées d'options pendant un délai maximum de trois mois en cas de réalisation d'opérations financières impliquant l'exercice d'un droit attaché aux actions,

- accomplir ou faire accomplir tous actes et formalités à l'effet de rendre définitive la ou les augmentations de capital qui pourront, le cas échéant, être réalisées en vertu de l'autorisation faisant l'objet de la présente résolution ; modifier les statuts en conséquence et généralement faire tout ce qui sera nécessaire.

- sur sa seule décision et s'il le juge opportun, imputer les frais des augmentations du capital social sur le montant des primes afférentes à ces augmentations et prélever sur ce

montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation.

11^e Résolution

(Délégation à donner au Directoire à l'effet de réduire le capital social par annulation d'actions)

L'Assemblée Générale Extraordinaire, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport des Commissaires aux Comptes, et sous réserve de l'adoption de la 9^e résolution, autorise le Directoire à réduire le capital social par voie de l'annulation de tout ou partie des actions de la société qu'elle pourrait être amenée à détenir par suite d'acquisitions effectuées dans le cadre de la 9^e résolution et dans la limite de 10% du capital de la société.

L'Assemblée Générale Extraordinaire donne tous pouvoirs au Directoire pour apporter aux statuts les modifications nécessaires en cas d'utilisation de la présente autorisation ainsi que pour procéder à toutes informations, publications ou formalités nécessaires. Cette autorisation expirera à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 2007.

12^e Résolution

(Délégation de compétence donnée au Directoire pour augmenter le capital sans suppression du droit préférentiel de souscription)

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des commissaires aux comptes et conformément aux dispositions du Code de Commerce et, notamment, de son article L. 225-129-2 :

1) Délègue au Directoire sa compétence pour procéder à l'augmentation du capital, en une ou plusieurs fois, dans les proportions et aux époques qu'il appréciera :

a/ par émission, soit en €, soit en monnaies étrangères ou en toute autre unité de compte établie par référence à un ensemble de monnaies, d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, à des actions ordinaires de la société ou, conformément à l'article L. 228-93 du Code de commerce, de toute société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié de son capital ou dont elle possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital, que ce soit, par souscription, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière ;

b/ et/ou par incorporation au capital de primes, réserves, bénéfices ou autres sous forme d'attribution d'actions gratuites ou d'élévation de la valeur nominale des actions existantes ;

2) Fixe à vingt six mois la durée de validité de la présente délégation, décomptée à compter du jour de la présente Assemblée.

3) Décide de fixer, ainsi qu'il suit, les limites des montants des émissions autorisées en cas d'usage par le Directoire de la présente délégation de compétence :

a/ Le montant nominal global des actions susceptibles d'être émises en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieur à 50 000 000 €.

b/ Le plafond ainsi arrêté inclut la valeur nominale globale des actions supplémentaires à émettre éventuellement pour préserver, conformément à la loi, les droits des titulaires des valeurs mobilières donnant accès au capital.

c/ En outre, sur ce plafond s'imputera le montant nominal global des actions émises, directement ou non, en vertu de la résolution qui suit.

4) En cas d'usage par le Directoire de la présente délégation de compétence dans le cadre des émissions visées au 1/a/ ci-dessus :

a/ décide que la ou les émissions seront réservées par préférence aux actionnaires qui pourront souscrire à titre irréductible,

b/ décide que si les souscriptions à titre irréductible, et le cas échéant à titre réductible, n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Directoire pourra utiliser les facultés prévues par la loi et notamment offrir au public tout ou partie des titres non souscrits,

5) En ce qui concerne toute incorporation au capital de primes, réserves, bénéfices ou autres, décide que, le cas échéant, les droits formant rompus ne seront pas négociables et que les actions correspondantes seront vendues, les sommes provenant de la vente étant allouées aux titulaires des droits dans le délai fixé par les dispositions légales,

6) Décide que le Directoire disposera, dans les limites fixées ci-dessus, des pouvoirs nécessaires notamment pour fixer les conditions de la ou des émissions, constater la réalisation des augmentations de capital qui en résultent, procéder à la modification corrélative des statuts, imputer, à sa seule initiative, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes qui y sont afférentes et

prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation, et plus généralement faire le nécessaire en pareille matière.

7) Prend acte que la présente délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet.

13^e Résolution

(Délégation de compétence donnée au Directoire pour augmenter le capital avec suppression du droit préférentiel de souscription)

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Directoire et du rapport spécial des commissaires aux comptes et conformément aux dispositions du Code de Commerce et notamment son article L 225-129-2 :

1) Délègue au Directoire sa compétence à l'effet de procéder à l'augmentation du capital, en une ou plusieurs fois, dans les proportions et aux époques qu'il appréciera, sur le marché français et/ou international, en faisant publiquement appel à l'épargne, par émission soit en €, soit en monnaies étrangères ou en toute autre unité de compte établie par référence à un ensemble de monnaies, d'actions ordinaires et/ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, à des actions ordinaires de la société que ce soit par souscription, conversion, échange, remboursement, présentation d'un bon ou de toute autre manière, étant précisé que ces titres pourront être émis à l'effet de rémunérer des titres qui seraient apportés à la société dans le cadre d'une offre publique d'échange sur titres répondant aux conditions fixées par l'article L 225-148 du Code de Commerce.

Conformément à l'article L 228-93 du Code de commerce, les valeurs mobilières à émettre pourront donner accès à des actions ordinaires de toute société qui possède directement ou indirectement plus de la moitié de son capital ou dont elle possède directement ou indirectement plus de la moitié du capital.

2) Fixe à vingt six mois la durée de validité de la présente délégation, décomptée à compter du jour de la présente assemblée.

3) Décide de fixer, ainsi qu'il suit, les limites des montants des émissions autorisées en cas d'usage par le Directoire de la présente délégation de pouvoirs :

- Le montant nominal global des actions ordinaires susceptibles d'être émises en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieur à 50 000 000 €.

- En outre, sur ce plafond, s'imputera le montant nominal global des actions émises en vertu de la précédente résolution.

4) Décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux titres faisant l'objet de la présente résolution, en laissant toutefois au Directoire la faculté de conférer aux actionnaires un droit de priorité, conformément à la loi.

5) Décide que la somme revenant, ou devant revenir, à la société pour chacune des actions ordinaires émises dans le cadre de la présente délégation de compétence, après prise en compte, en cas d'émission de bons autonomes de souscription d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égal au minimum requis par les dispositions légales et réglementaires applicables au moment où le Directoire mettra en œuvre la délégation.

6) Décide, en cas d'émission de titres appelés à rémunérer des titres apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange, que le Directoire disposera, dans les limites fixées ci-dessus, des pouvoirs nécessaires pour arrêter la liste des titres apportés à l'échange, fixer les conditions d'émission, la parité d'échange ainsi que, le cas échéant, le montant de la soulte en espèces à verser, et déterminer les modalités d'émission.

7) Décide que le Directoire disposera, dans les limites fixées ci-dessus, des pouvoirs nécessaires notamment pour fixer les conditions de la ou des émissions, constater la réalisation des augmentations de capital qui en résultent, procéder à la modification corrélative des statuts, imputer, à sa seule initiative, les frais des augmentations de capital sur le montant des primes qui y sont afférentes et prélever sur ce montant les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation, et plus généralement faire le nécessaire en pareille matière.

8) Prend acte que la présente délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet.

14^e Résolution

(Autorisation d'augmenter le montant des émissions en cas de demandes excédentaires)

Pour chacune des émissions décidées en application des résolutions 12 et 13 le nombre de titres à émettre pourra être augmenté dans les conditions prévues par l'article L 225-135-1 du Code de commerce et dans la limite des plafonds fixés par l'assemblée dans les résolutions 12 et 13, lorsque le Directoire constate une demande excédentaire.

15^e Résolution

(Autorisation donnée au Directoire pour augmenter le capital social dans la limite de 10% en vue de rémunérer des apports en nature)

L'assemblée générale, après avoir pris connaissance du rapport du Directoire conformément à l'article L 225-147 du Code de commerce :

1) Autorise le Directoire à procéder, sur rapport du commissaire aux apports, à l'augmentation du capital en vue de rémunérer des apports en nature consentis à la société et constitués de titres de capital ou de valeurs mobilières donnant accès au capital lorsque les dispositions de l'article L 225-148 du Code de commerce ne sont pas applicables.

2) Fixe à vingt six mois la durée de validité de la présente délégation, décomptée à compter du jour de la présente assemblée,

3) Décide que le montant nominal global des actions ordinaires susceptibles d'être émises en vertu de la présente délégation ne pourra être supérieure à 10% du capital social.

Ce plafond est indépendant de l'ensemble des plafonds prévus par les autres résolutions de la présente assemblée générale.

4) Délègue tous pouvoirs au Directoire, aux fins de procéder à l'approbation de l'évaluation des apports, de décider l'augmentation de capital en résultant, d'en constater la réalisation, d'imputer le cas échéant sur la prime d'apport l'ensemble des frais et droits occasionnés par l'augmentation de capital, de prélever sur la prime d'apport les sommes nécessaires pour porter la réserve légale au dixième du nouveau capital après chaque augmentation, et de procéder à la modification corrélative des statuts, et faire le nécessaire en pareille matière

16^e Résolution

(Augmentation de capital réservée aux salariés)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Directoire et du rapport spécial des commissaires aux comptes, statuant en application des articles L. 225-129-6 alinéa 1 et 2 et L. 225-138-1 du Code de commerce et L. 443-5 du Code du travail :

1) Autorise le Directoire, s'il le juge opportun, sur ses seules décisions, à augmenter le capital social en une ou plusieurs fois par l'émission d'actions ordinaires de numéraire et, le cas échéant, par l'attribution gratuite d'actions ordinaires ou d'autres titres donnant accès au capital, réservées aux salariés (et dirigeants) de la société

(et de sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L. 225-180 du Code de commerce) adhérents d'un plan d'épargne d'entreprise,

2) Supprime en faveur de ces personnes le droit préférentiel de souscription aux actions qui pourront être émises en vertu de la présente autorisation,

3) Fixe à vingt six mois à compter de la présente assemblée la durée de validité de cette autorisation,

4) Limite le montant nominal maximum de la ou des augmentations pouvant être réalisées par utilisation de la présente autorisation à hauteur de 0,5% du capital social atteint au jour de la décision du Directoire qui se prononce sur ladite augmentation,

5) Décide que le prix des actions à émettre, en application du 1/ de la présente délégation, ne pourra être ni inférieur de plus de 20%, ou de 30% lorsque la durée d'indisponibilité prévue par le plan en application de l'article L. 443-6 est supérieure ou égale à dix ans, à la moyenne des 1^{ers} cours cotés de l'action lors des 20 séances de bourse précédant la décision du Directoire relative à l'augmentation de capital et à l'émission d'actions correspondante, ni supérieur à cette moyenne,

6) Confère tous pouvoirs au Directoire pour mettre en œuvre la présente autorisation, prendre toutes mesures et procéder à toutes formalités nécessaires.

17^e Résolution

(Modification de l'article 13 alinéa 1 des statuts – Autres valeurs mobilières)

L'Assemblée Générale Extraordinaire en application de l'article L228-40 du Code de commerce décide d'autoriser le Directoire à décider ou autoriser l'émission d'obligations.

En conséquence l'article 13 alinéa 1 des statuts anciennement rédigé comme suit :

« Il peut être émis des obligations avec ou sans garantie, mais seulement avec l'autorisation de l'assemblée générale ordinaire des actionnaires. »

est modifié comme suit :

« Le Directoire peut décider ou autoriser l'émission d'obligations dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

18^e Résolution

(Modification de l'article 16 alinéa 1 – Durée des fonctions des membres du Directoire)

L'Assemblée Générale Extraordinaire décide de modifier l'article 16 alinéa 1 des statuts.

L'article 16 alinéa 1 des statuts anciennement rédigé comme suit :
« Le Directoire est nommé pour une durée de cinq ans. En cas de vacance, le Conseil de Surveillance doit pourvoir immédiatement au remplacement du poste vacant, pour le temps qu'il reste à couvrir jusqu'au renouvellement du Directoire ».

est désormais rédigé comme suit :

« Le Directoire est nommé pour une durée de cinq ans. En cas de vacance, le Conseil de Surveillance peut pourvoir au remplacement du poste vacant, pour le temps qu'il reste à courir jusqu'au renouvellement du Directoire, sous réserve des dispositions de l'article 15 alinéa 1 des statuts. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

19^e Résolution

(Modification de l'article 27 – Réunion - Convocation)

L'Assemblée Générale Extraordinaire, compte tenu des changements opérés par le décret du 11 décembre 2006 décide de modifier les alinéas 4, 5 et 6 de l'article 27 des statuts et d'ajouter un nouvel alinéa 9.

L'article 27 alinéa 4 des statuts anciennement rédigé comme suit :
« Les convocations donnent lieu, 30 jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée, à la publication d'un avis de réunion au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires, conformément à la réglementation en vigueur. »

est désormais rédigé comme suit :

« Les convocations donnent lieu, 35 jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée, à la publication d'un avis de réunion au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires, sauf exceptions prévues par la réglementation en vigueur (notamment en période d'offre publique d'achat). »

L'article 27 alinéa 5 des statuts anciennement rédigé comme suit :
« Les convocations proprement dites ont lieu quinze jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée. Le délai est réduit à six jours pour les assemblées réunies en 2^e convocation. »

est désormais rédigé comme suit :

« Les convocations proprement dites ont lieu quinze jours au moins avant la date prévue pour la réunion de l'assemblée, sauf exceptions prévues par la réglementation en vigueur. Le délai est réduit à six jours pour les assemblées réunies en 2^e convocation, sauf exceptions prévues par la réglementation en vigueur. »

L'article 27 alinéa 6 des statuts anciennement rédigé comme suit :

« Ces convocations sont faites au moyen d'une simple lettre adressée à chaque actionnaire titulaire d'actions nominatives et au moyen de la publication d'un avis de convocation dans un journal d'annonces légales du siège social, et au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires. »

est désormais rédigé comme suit :

« Ces convocations sont faites par courrier postal ou électronique adressé à chaque actionnaire titulaire d'actions nominatives et au moyen de la publication d'un avis de convocation dans un journal d'annonces légales du siège social, et au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires. »

Un nouvel alinéa 9 est ajouté :

« À l'occasion des assemblées générales, les actionnaires peuvent adresser leurs questions écrites au plus tard le quatrième jour ouvré avant l'assemblée générale. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

20^e Résolution

(Modification de l'article 28 alinéa 2 – Ordre du jour)

L'Assemblée Générale Extraordinaire, compte tenu des changements opérés par le décret du 11 décembre 2006 décide de modifier l'article 28 alinéa 2 des statuts.

L'article 28 alinéa 2 des statuts anciennement rédigé comme suit :

« Les demandes d'inscription de questions à l'ordre du jour doivent être envoyées au siège social par lettre recommandée avec accusé de réception, dans un délai de dix jours à compter de la date de publication de l'avis de réunion au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires. »

est désormais rédigé comme suit :

« Les demandes d'inscription de projets de résolutions à l'ordre du jour sont envoyées au siège social dans les délais prévus par la réglementation en vigueur. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

21^e Résolution

(Modification de l'article 29 – Conditions d'admission aux assemblées)

L'Assemblée Générale Extraordinaire, compte tenu des changements opérés par le décret du 11 décembre 2006 décide de modifier le 2^e alinéa l'article 29 des statuts et de supprimer l'alinéa 3 :

L'article 29 alinéa 2 des statuts anciennement rédigé comme suit :

« Le droit de participer aux assemblées est subordonné à l'inscription des actions nominatives dans les comptes tenus par la société, cinq jours au moins avant la date prévue pour l'assemblée, ou, s'il s'agit d'actions au porteur identifiable, au dépôt, dans le même délai, du certificat établi par l'intermédiaire teneur de compte constatant l'indisponibilité des actions jusqu'à la date de l'assemblée. »

est désormais rédigé comme suit :

« Le droit de participer aux assemblées générales est subordonné à l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte, au troisième jour ouvré précédant l'assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité. »

L'article 29 alinéa 3 des statuts anciennement rédigé comme suit est supprimé :

« Le Conseil de Surveillance ou le Directoire a toujours la faculté, par mesure générale, de réduire ou de supprimer ce délai. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

22^e Résolution

(Modification de l'article 43 – Dissolution anticipée)

L'Assemblée Générale Extraordinaire décide de modifier l'alinéa 4 de l'article 43 des statuts afin d'actualiser la référence à un article du Code de commerce.

L'article 43 alinéa 4 des statuts anciennement rédigé comme suit :

« Sous réserve des dispositions de l'article 71 de la loi sur les sociétés commerciales, il n'y a pas lieu à dissolution ou à réduction de capital si, dans le délai ci-dessus précisé, les capitaux propres viennent à être reconstitués pour une valeur supérieure à la moitié du capital social. »

est désormais rédigé comme suit :

« Sous réserve des dispositions de l'article L 224-2 du Code de commerce, il n'y a pas lieu à dissolution ou à réduction de capital

si, dans le délai ci-dessus précisé, les capitaux propres viennent à être reconstitués pour une valeur supérieure à la moitié du capital social. »

Le reste de l'article demeure inchangé.

23^e Résolution

(Pouvoirs pour les formalités)

L'Assemblée Générale Mixte donne tous pouvoirs au porteur de copies ou d'extraits certifiés conformes du procès-verbal de la présente réunion pour effectuer tous dépôts et publicités et accomplir toutes formalités légales et administratives partout où besoin sera, conformément à la loi.

**Responsable du document
de référence**

Nous attestons, après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, que les informations contenues dans le présent document de référence sont, à notre connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Nous avons obtenu des contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document de référence ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document de référence.

Fait à Neuilly sur Seine le 5 avril 2007

Nicolas de Tavernost

Président du Directoire

**Informations incluses
par référence****Les informations suivantes
sont incluses par référence dans
le présent document de référence :**

- les comptes consolidés et sociaux de l'exercice 2004 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des contrôleurs légaux y afférent, figurant en pages 106 à 133 et 134 à 154 du document de référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés le 14 avril 2005 sous le numéro D.05-0428.
- les comptes consolidés et sociaux de l'exercice 2005 établis en application des normes comptables françaises, ainsi que le rapport des contrôleurs légaux y afférent, figurant en pages 124 à 179 et 180 à 202 du document de référence déposé auprès de l'Autorité des Marchés le 5 avril 2006 sous le numéro D.06-0213.

**Responsables de l'information
financière****Jérôme Lefebure**

Directeur Administratif et Financier

Tél. : 01 41 92 64 30

Fax : 01 41 92 64 59

E-mail : jlefebure@m6.fr

Jean-Marc Duplaix

Directeur Administratif et Financier Adjoint

Tél. : 01 41 92 57 94

Fax : 01 41 92 64 59

E-mail : jmduplaix@m6.fr

TABLE DE CONCORDANCE AMF

1. PERSONNES RESPONSABLES

Attestation du responsable du document de référence 280

2. CONTRÔLEURS LÉGAUX DES COMPTES

Coordonnées et attestations des contrôleurs légaux des comptes 204-205, 224-225, 242

3. INFORMATIONS FINANCIÈRES SÉLECTIONNÉES

3.1. Informations historiques 12-13, 107-153, 156-227

3.2. Informations intermédiaires N/A

4. FACTEURS DE RISQUE

4.1. Facteurs de risques 143-147

- Risques de marché (liquidité, taux, change, portefeuille actions) 143-144

- Risques particuliers liés à l'activité (dont dépendance à l'égard de fournisseurs, clients, sous-traitants, contrats, procédés de fabrication...) 143

- Risques juridiques (réglementation particulière, concessions, brevets, licences, litiges significatifs, faits exceptionnels...) 145, 151

- Risques industriels et liés à l'environnement 146-147

4.2. Assurances et couverture des risques 147

5. INFORMATIONS CONCERNANT L'ÉMETTEUR

5.1. Histoire et évolution de la société 7, 251-254

5.2. Investissements 126

6. APERÇU DES ACTIVITÉS

6.1. Principales activités 15-254

6.2. Principaux marchés 126

6.3. Événements exceptionnels N/A

6.4. Dépendance éventuelle 143

6.5. Éléments fondateurs de toute déclaration de l'émetteur concernant sa position concurrentielle 18-25, 70-71, 81-103

7. ORGANIGRAMME

Organisation du Groupe (relation mère et filiales, information sur les filiales) 74, 110, 233-235

8. PROPRIÉTÉS IMMOBILIÈRES, USINES ET ÉQUIPEMENTS

8.1. Immobilisations corporelles importantes existantes ou planifiées 127, 197, 201

8.2. Questions environnementales pouvant influencer l'utilisation des immobilisations corporelles N/A

9. EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RÉSULTAT

9.1. Situation financière 107-227

9.2. Résultat d'exploitation 107-227

10. TRÉSORERIE ET CAPITAUX

10.1. Capitaux de l'émetteur (à court terme et à long terme)	124, 156-157, 160, 192-193
10.2. Source et montant des flux de trésorerie	124-125, 159, 209
10.3. Conditions d'emprunt et la structure de financement	124-126, 193
10.4. Informations concernant toute restriction à l'utilisation des capitaux ayant influé sensiblement ou pouvant influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations du Groupe	N/A
10.5. Sources de financement attendues	N/A

11. RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES	126
--	-----

12. INFORMATION SUR LES TENDANCES	128
--	-----

13. PRÉVISIONS OU ESTIMATIONS DU BÉNÉFICE	N/A
--	-----

14. ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GÉNÉRALE

14.1. Composition des organes d'administration, de direction, de surveillance. Composition des comités	4-5, 230-242
14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale.	242

15. RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES

15.1. Montant de la rémunération versée et des avantages en nature octroyés par le Groupe et ses filiales.	136-139, 188-189, 249
15.2. Montant total des sommes provisionnées ou constatées aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages	139, 190, 249

16. FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

16.1. Dates d'expiration des mandats actuels des organes d'administration, de direction et de surveillance	4-5, 231, 233, 240, 241, 242
16.2. Contrats de services liant les membres des organes d'administration, de direction et de surveillance	242
16.3. Informations sur le comité d'audit et le comité des rémunérations	240, 241
16.4. Gouvernement d'entreprise	4-5, 28, 230-242

17. SALARIÉS

17.1. Effectif à la fin de la période	12-13, 148-150
17.2. Participations et stock-options	136-138, 148-149, 188
17.3. Participation des salariés dans le capital	141

18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

18.1. Actionnaires détenant plus de 5 % du capital social ou des droits de vote	141-142
18.2. Existence de droits de vote différents	141-142, 252
18.3. Contrôle de l'émetteur	141-142, 253, 255
18.4. Accord, connu de l'émetteur, dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure, entraîner un changement de son contrôle	N/A

19. OPÉRATIONS AVEC DES APPARENTÉS	142, 198-199, 226-227
20. INFORMATIONS FINANCIÈRES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIÈRE ET LES RÉSULTATS DE L'ÉMETTEUR	
20.1. Informations financières historiques	155-228
20.2. Informations financières pro forma	N/A
20.3. États financiers	155-228
20.4. Vérification des informations financières historiques annuelles	204-205, 224-225
20.5. Date des dernières informations financières	152
20.6. Informations financières intermédiaires et autres	N/A
20.7. Politique de distribution des dividendes	8-11, 28, 140, 221
20.8. Procédures judiciaires et d'arbitrage	151
20.9. Changement significatif de la situation financière ou commerciale	127
21. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	
21.1. Capital social	254-259
21.2. Acte constitutif et statuts	251-254
22. CONTRATS IMPORTANTS	148
23. INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DÉCLARATIONS D'EXPERTS ET DÉCLARATIONS D'INTÉRÊTS	N/A
24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	8
25. INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS	106, 187, 222-223

Crédits

Rédaction :

Direction de la Communication
Direction Financière

Création et réalisation :

Erwann Kervadec Design

Crédits photo :

M6/Raymond Delalande/
Christophe Geral/Jean-Marc Haedrich/
Pascalito/Pierre Olivier/Eric Fougère/
Jacques Morell/Eric Robert/Pascalito/
Benjamin Decoin-Julien Knaub-
Publicis-Conseil-Twentieth Century
Fox Film Corporation-M6 Interactions/
Stéphane Gizard-SND Films-M6 Films/
Europacorp-Gareth Brown/Corbis-A.Film,
Magma, Futurikon,Ulysses-
© 2003 DIC Entertainment Corp.
Strawberry Shortcake™ and designs
© 2005 Those Characters From
Cleveland, Inc. Used under license.
All Rights Reserved.-
Paris Première/François Darnigny-
Christophe Lartige/CL2P/TF6-Warner
Bros International Television-
M6 Interactions-M6 Evenements-
M6 Editions-Buena Vista International
Television/Touchstone Television-
Bernd Thissen/EPA/Sipa Press-M6 Web-
SNC-M6 Studio-FCGB-Louie Psihoyos/
Corbis-**Andres Kudacki/Corbis/DR*



Métropole Télévision

Société anonyme à Directoire
et Conseil de Surveillance
au capital de 52 755 476 €
89, avenue Charles de Gaulle,
92575 Neuilly-sur-Seine cedex
Téléphone : 01 41 92 66 66
Télécopieur : 01 41 92 66 10
Internet : <http://www.m6.fr>