



LE GROUPE

Présentation Analystes

24 juillet 2017

Cette présentation contient des informations à caractère prévisionnel.

Ces informations qui expriment des objectifs établis sur la base des appréciations et estimations actuelles de la direction générale du Groupe, restent subordonnées à de nombreux facteurs et incertitudes, qui pourraient conduire à ce que les chiffres qui seront constatés diffèrent significativement de ceux présentés à titre prévisionnel. Le groupe TF1 ne prend aucun engagement de mettre à jour ou de réviser les informations à caractère prévisionnel présentées dans cette présentation.

ACTIVITÉ DU PREMIER SEMESTRE 2017

- 1 Audiences et revenus au 1^{er} semestre en progression grâce à la stratégie multichaînes du Groupe
- 2 Au 1^{er} semestre, le Groupe a poursuivi avec succès sa transformation
- 3 Le 1^{er} semestre confirme les opportunités pour les contenus TV puissants

PRÉSENTATION DES COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2017

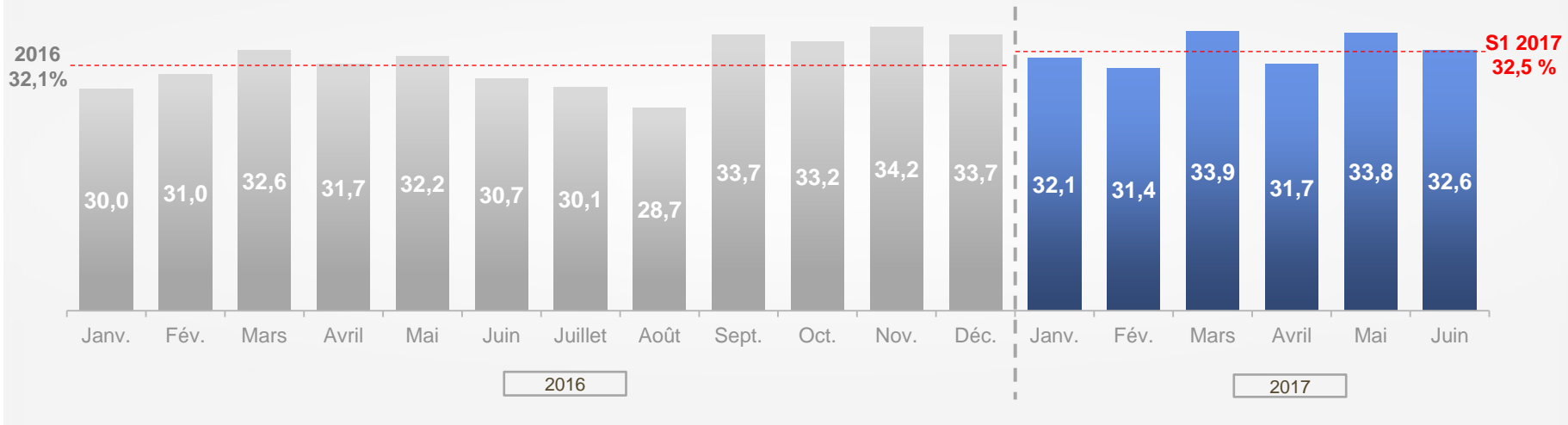
PERSPECTIVES

ACTIVITE DU PREMIER SEMESTRE 2017

AUDIENCES GROUPE DU 1^{ER} SEMESTRE EN PROGRESSION GRÂCE À LA STRATÉGIE MULTICHAÎNES

PART D'AUDIENCE GROUPE TF1

(% ; FRDA<50)

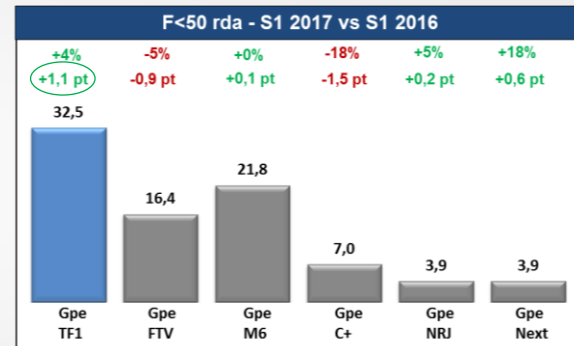


- Progression de l'audience FRDA des 5 chaînes gratuites du Groupe de +1,1 point au S1 2017 vs. S1 2016, à 32,5%



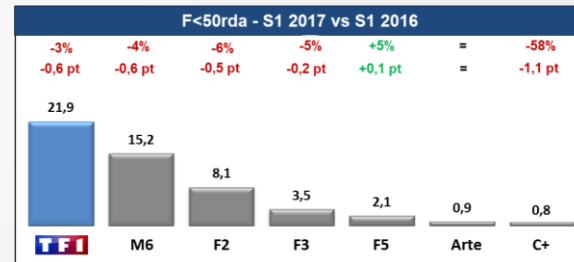
LA STRATÉGIE MULTICHAÎNES PORTE SES FRUITS

- Plus forte progression de l'audience Groupe sur les FRDA (+1,1 pt)
- Accroissement de l'écart avec les groupes concurrents (10,7 pts au S1 2017 vs. 9,7 pts par rapport au principal concurrent privé)



LA CHAÎNE TF1 CONFORTE L'ÉCART SUR CIBLES AVEC SES CONCURRENTS

- TF1 leader sur les FRDA sur chaque partie de journée, notamment :
 - Reprise du leadership en *access** (*The Wall*)
 - *Prime-time*** puissant (29% de pda FRDA au S1 2017), porté par les grandes marques (*The Voice*, *Koh-Lanta*)



TMC SUCCÈS DU REPOSITIONNEMENT SUR LES CIBLES

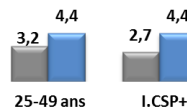
- Nouveau leader TNT sur cibles au S1 2017



■ Émission désormais bien installée : 1,3 million de tvsp en moyenne sur S1 2017

S1 2017 vs S1 2016

+38% +63%
+1,2 pt +1,7 pt



NT1 CONTINUE SA PROGRESSION

- Part d'audience en progression continue depuis 3 ans sur la cible des 15-34 ans

S1 2017 vs S1 2016

+9%
+0,3 pt



HD1 EN HAUSSE SUR UN AN

- 9 des 10 meilleures audiences des dernières nouvelles chaînes TNT au S1 2017
- Dont le record avec 1,4 million de tvsp (*Section de recherches*)

S1 2017 vs S1 2016

+5%
+0,1 pt



INFO & DIGITAL : AU COURS DU S1, LE GROUPE LEADER SUR L'INFO

- Lancement de la campagne présidentielle anticipée dès juin 2016 avec *Vie Politique*
- *Le Grand Débat* du 20 mars 2017 : 10,3 millions de tvsp (TF1+ LCI) et 3,3 millions de vidéos vues*
- Progression de l'info en *replay* : 531 000 tvsp en *replay* pour le documentaire *Emmanuel Macron, les coulisses d'une victoire* (dans le Top 7 des replay du mois de mai 2017)



LCI 2ÈME CHAÎNE D'INFO DEPUIS FÉVRIER 2017

- 0,7% de part d'audience sur les Ind. 4+ au S1
- 0,6 % de part d'audience sur les CSP+ au S1



RENOUVELLEMENT DE L'ACCESS DE TF1

- Divertissement : *The Wall*
- Fiction Française (saga de l'été) : *Demain Nous Appartient*

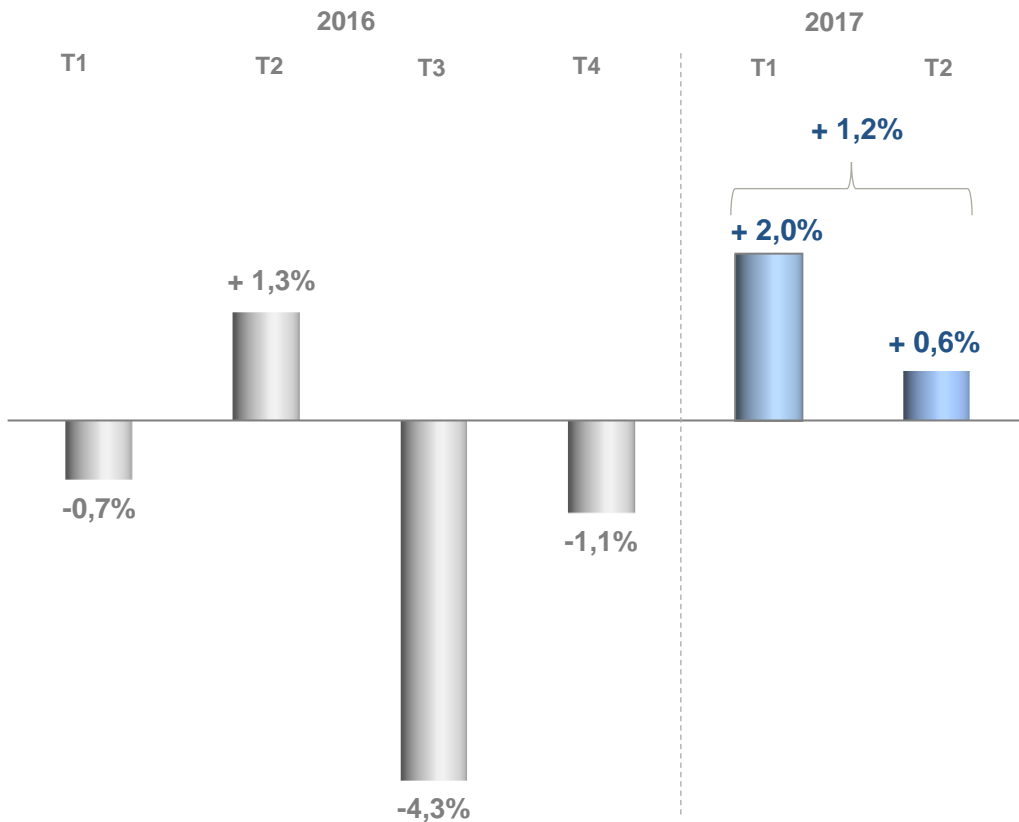


SUCCÈS CONFIRMÉ DES FICTIONS FRANÇAISES

- Jusqu'à 6 millions de tvsp : *Juste un regard*, *Alice Nevers*, *Munch*



REVENUS PUB NETS DES 5 CHÂÎNES DU 1^{ER} SEMESTRE EN PROGRESSION GRÂCE À LA STRATÉGIE MULTICHÂÎNES



CA PUB DES 5 CHÂÎNES GRATUITES EN PROGRESSION : + 1,2 % AU S1 2017, À 745,2 M€

- T1 2017 : **+1,3 point** de part de marché **nette**
- T2 2017 : **+1,2 point** de part de marché **brute**

LE GROUPE POURSUIT SA TRANSFORMATION : MONÉTISATION DES CONTENUS (1/4)

SUCCÈS DU *BRAND CONTENT*



Dispositif à 360° pour un acteur de la grande distribution

PROGRESSION DE LA PERFORMANCE DU PARRAINAGE GRÂCE AU PLACEMENT DE PRODUIT

Groupe TF1
+ 27%
de croissance
au T1

Groupe TF1
+ 28%
de croissance
au T2

ÉLARGISSEMENT DES INVENTAIRES DE L'OFFRE DIGITALE



AUTHENTIFICATION OBLIGATOIRE SUR MYTF1 DEPUIS AVRIL



- 12,5 millions de personnes identifiées à date (+3,5 millions depuis avril)
- Cible 2018 : 18 millions

ALLIANCE EUROPÉENNE DE RÉGIES DIGITALES PREMIUM : EBX (EUROPEAN BROADCASTER EXCHANGE)



- 4 pays majeurs couverts dès l'ouverture, bureau à Londres
- Opérationnel dès début 2018 pour adresser les budgets européens face à une concurrence internationale

1^{ER} INVESTISSEMENT DU FONDS ONE INNOVATION



Site de recommandation beauté

PARTENAIRE MAJEUR DE VIVATECH



MUSIQUE



Signature de
Maître Gims



1^{er} disque de
Diamant, tournée
et préparation de
l'album live

CINÉMA



4,5 millions
d'entrées



3,5 millions
d'entrées



1,3 million
d'entrées

- 14 sorties en salle au S1
- dont 3 > 1 million d'entrées

LA SEINE MUSICALE



- Ouverture en avril 2017
- Programmation variée : *West side story*, *Les étés de la danse*, *Michel Sardou*

VOD



- 1^{ère} plateforme VOD déclarée utilisée dans la dernière étude CNC (+3 places en 4 ans)

TF1 GAMES / DUJARDIN



- Lancement de *Wet Head*
- *Escape Game* reçoit le Grand Prix du Jouet 2017, catégorie Jeu d'évasion

TÉLÉSHOPPING



- Les meilleures ventes en 2017 : Minci Cook, Range Max...
- Anniversaire des 30 ans
- Clip promotionnel pour la sortie en DVD du film *Alibi.com* (TF1 Studio)

DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL ET PARTENARIAT STRATÉGIQUE



Prise de participation majoritaire



Partenariat de distribution de programmes exclusifs

DE NOUVEAUX PROGRAMMES ET DE NOUVEAUX CLIENTS



Ben
(6x52')

NU



Souviens-toi
(6x52')

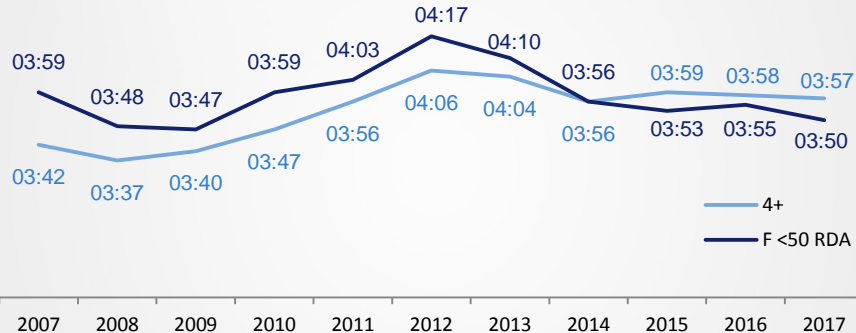
THANKSGIVING





LE 1^{ER} SEMESTRE CONFIRME LES OPPORTUNITÉS POUR LES CONTENUS TV PUISSANTS

3

LES FRANÇAIS REGARDENT LA TÉLÉVISION PRÈS DE 4 HEURES PAR JOUR



25-34 ANS : + 7% D'AUDIENCE VIA LES 3 ÉCRANS

		
Audience cumulée quotidienne	76,6% soit 5,3 millions de tvsp	10,4% soit 0,8 million de tvsp
Durée d'écoute Individuelle	3h 08 min	0h 12 min
	+ = 3h 20 min	

LE 1^{ER} SEMESTRE CONFIRME LES OPPORTUNITÉS POUR LES CONTENUS TV PUISSANTS

DES CONTENUS PREMIUM TOUJOURS AUSSI FÉDÉRATEURS

Divertissement



6,3 millions de tvsp

Sport



Plus de 6,4 millions de tvsp

Série US



Jusqu'à 7,1 millions de tvsp

DES CONTENUS RENOUVELÉS AVEC SUCCÈS DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES

Divertissement



Saison 2

Fiction française



6x52'



Access

Information



Documentaire en Prime-Time

"TF1 INITIATIVES"

SOLIDARITÉ



3 OPÉRATIONS SOLIDARITÉ DE L'ANTENNE

Pièces jaunes, Restos du Cœur, Sidaction

SE RASSEMBLER POUR AIDER LES PLUS FRAGILES

DIVERSITÉ



SIGNATURE DU 4^{ÈME} ACCORD HANDICAP

REUNIR NOS DIFFÉRENCES POUR EN FAIRE UNE RICHESSE

SOCIÉTÉ DURABLE



PRIX JEUNES POUR L'ENVIRONNEMENT EPE-LCI
12^{ème} Edition

PARTENAIRE DU PRIX JEUNES POUR L'ENVIRONNEMENT EPE-LCI 2017

EXPLORER LES MODES DE VIE ET DE CONSOMMATION DE DEMAIN

DOW JONES SUSTAINABILITY INDEX

- Janvier 2017 : classification OR pour la performance RSE de TF1 par l'agence RobecoSam, permettant de rejoindre l'index DJSI



COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2017

ÉVOLUTION DU CA CONSOLIDÉ DU 1^{ER} SEMESTRE

M€	S1 2017	S1 2016	Var. M€	Var. %
ANTENNES	855,4	838,1	17,3	2,1%
ANTENNES GRATUITES	770,7	762,2	8,5	1,1%
<i>Publicité chaînes gratuites</i>	<i>745,2</i>	<i>736,2</i>	<i>9,0</i>	<i>1,2%</i>
<i>Autres revenus</i>	<i>25,5</i>	<i>26,0</i>	<i>(0,5)</i>	<i>-1,8%</i>
AUTRES ANTENNES ET ACTIVITES ASSOCIEES	84,7	75,9	8,8	11,6%
STUDIOS ET DIVERTISSEMENTS	181,3	187,1	(5,8)	-3,1%
CHIFFRE D’AFFAIRES TOTAL	1 036,7	1 025,2	11,5	1,1%

ÉVOLUTION DU COÛT DES PROGRAMMES DES CHÂÎNES GRATUITES

M€	(5 chaînes)	(4 chaînes au T1 et 5 chaînes au T2)	Var. M€	Var. %
	S1 2017	S1 2016 *		
Variétés / Jeux / Magazines	141,7	142,9	(1,2)	-0,8%
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	148,3	150,8	(2,5)	-1,7%
Sports (hors événements sportifs)	30,6	21,7	8,9	41,0%
Information	75,0	66,8	8,2	12,3%
Films	80,3	69,9	10,4	14,9%
Jeunesse	6,3	7,8	(1,5)	-19,0%
TOTAL HORS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	482,2	459,9	22,3	4,8%
<i>Événements sportifs</i>	<i>0,0</i>	<i>37,9</i>	<i>(37,9)</i>	<i>ns</i>
TOTAL Y COMPRIS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	482,2	497,8	(15,6)	-3,1%

* Pour rappel, le coût des programmes du S1 2016 publié était de 517,5 millions d'euros dont 17,9 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établissait à 497,8 millions d'euros.

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

M€

	S1 2017	S1 2016	Var. M€	Var. %
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	1 036,7	1 025,2	11,5	1,1%
Total coût des programmes	(482,2)	(497,8)	15,6	-3,1%
Autres charges, amortissements et provisions	(446,9)	(469,9)	23,0	-4,9%
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	107,6	57,5	50,1	ns
<i>TAUX DE MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE</i>	<i>10,4%</i>	<i>5,6%</i>		<i>+4,8pts</i>
Total autres charges et produits opérationnels	(11,6)	(54,7)	43,1	ns
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	96,0	2,8	93,2	ns
Coût de l'endettement financier net	(1,1)	(0,6)	(0,5)	ns
Autres produits et charges financiers nets	5,7	(1,1)	6,8	ns
Impôts	(33,2)	(0,2)	(33,0)	ns
QP résultat des sociétés mises en équivalence	7,1	0,1	7,0	ns
Résultat net des activités poursuivies	74,5	1,0	73,5	ns
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-	-	-
RÉSULTAT NET	74,5	1,0	73,5	ns
Résultat net part du Groupe	74,6	(0,6)	75,2	ns
<i>Intérêts minoritaires</i>	<i>(0,1)</i>	<i>1,6</i>	<i>(1,7)</i>	<i>ns</i>

Plan RECOVER :

14 M€ d'économies récurrentes au S1*

- Organisation & Transformation : 5 M€
- Optimisation achats 3 M€
- Digitalisation : 6 M€

*hors coût des programmes

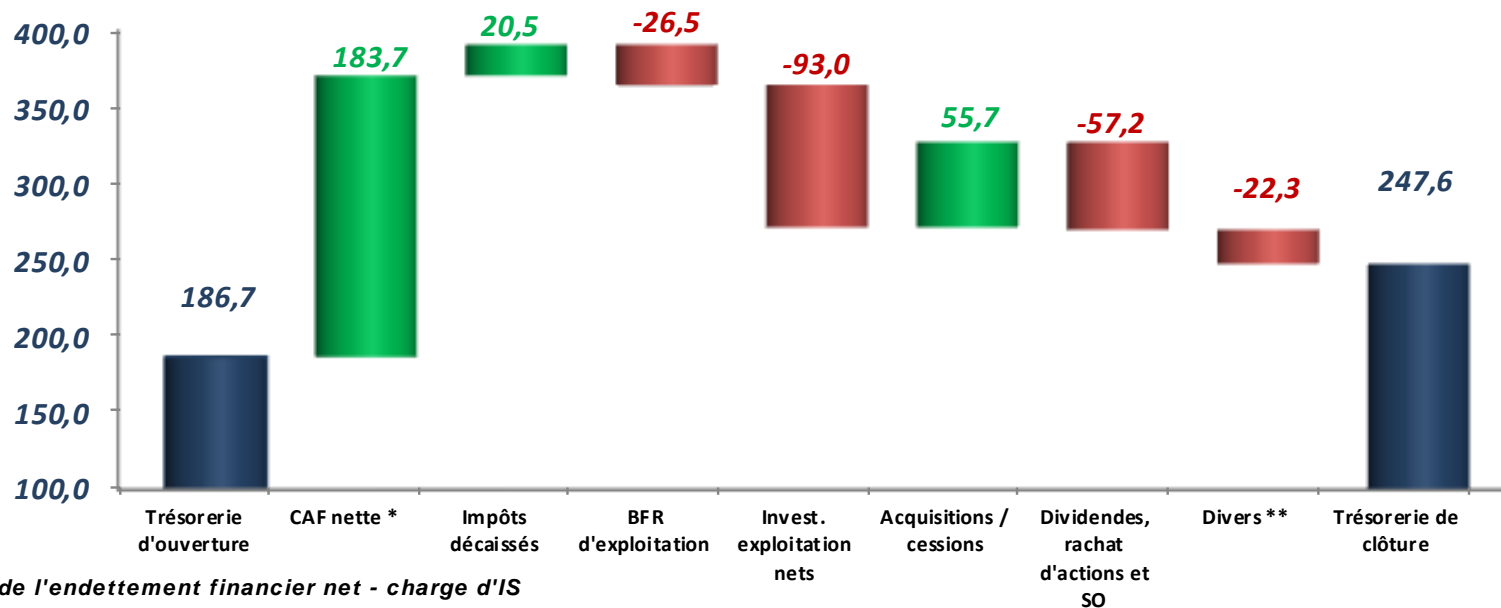
BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF CONSOLIDÉ (M€)	30 juin 2017	31 décembre 2016	Var. M€
Total actifs non courants	1 081,4	1 093,1	(11,7)
Total actifs courants	2 320,9	2 122,6	198,3
Actifs en cours de cession	-	-	-
TOTAL ACTIF	3 402,3	3 215,7	186,6
Trésorerie nette (+) / Dette nette (-)	247,6	186,7	60,9

PASSIF CONSOLIDÉ (M€)	31 mars 2017	31 décembre 2016	Var. M€
Total capitaux propres	1 503,3	1 492,6	10,7
<i>dont capitaux propres part du Groupe</i>	<i>1 503,3</i>	<i>1 493,4</i>	<i>9,9</i>
Total passifs non-courants	345,0	322,0	23,0
Total passifs courants	1 554,0	1 401,1	152,9
Passifs liés aux actifs en cours de cession	-	-	-
TOTAL PASSIF	3 402,3	3 215,7	186,6

EVOLUTION DE LA TRESORERIE NETTE

Evolution de la trésorerie nette 2017.06



(*) CAF - coût de l'endettement financier net - charge d'IS

(**) Acquisitions / cessions d'immos financières, coût de l'endettement financier, variations de puts minoritaires

Tréso nette 2016.06

700,8	121,2	-44,5	-37,8	-101,1	-327,6	-177,3	-0,6	133,1
-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	------	-------

PERSPECTIVES

PROGRAMMATION

- Diffusion en Access sur TF1 de la saga de l'été : *Demain nous appartient*
- Retour des grandes marques de divertissement : *The Voice Kids*, *Danse avec les Stars*



DISTRIBUTION

- Déterminés à faire valoir nos arguments sur TF1 Premium



LCI : NOUVELLES INCARNATIONS

- Renouvellement des visages, de la Matinale à l'Access



STUDIO71 FRANCE

- Lancement en septembre autour de Studio71, 3^{ème} MCN mondial



DÉCROCHAGE PUBLICITAIRE EN BELGIQUE

- Signature des contrats au T4 2017
- Lancement début 2018



2017

- Maintien de la part de marché publicitaire de la régie
- Confirmation du programme d'économies récurrentes de coûts de l'ordre de 25 à 30 M€

2019

- Part du chiffre d'affaires hors cinq chaînes gratuites correspondant à au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé
- Maintien du coût annuel moyen des programmes (hors événements sportifs) à 980 M€ pour cinq chaînes gratuites pour les trois ans à venir
- Objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres pour le Groupe

Créer des liens forts
Partageons des ondes positives

**Un groupe leader de contenus média et de divertissement
intégrés, de la production à la distribution**



Être multichaînes, multimédia, multimétiers



LE GROUPE

Questions & Réponses