

RÉSULTATS ANNUELS 2008

PRÉSENTATION AUX ANALYSTES DU 19/02/2009

AVERTISSEMENT

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. TFI ne prend aucun engagement de mettre à jour ou de réviser les informations à caractère prévisionnel présentées dans cette présentation.

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

- Un contexte international en récession
- Une prévision économique de l'ordre de – 2 % en France
- Des annonceurs en difficulté
- La réduction des investissements publicitaires
- Le ralentissement de la consommation des ménages
- L'effet TNT
- Une demande inférieure à l'offre d'écrans
- Une forte pression sur les prix et les marges

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ 2009 À – 9 %

LE PLAN DE BATAILLE 2009



LA MOBILISATION GÉNÉRALE DES COLLABORATEURS

LE PLAN DE BATAILLE 2009

COÛT DE GRILLE

Évolution depuis 2001 (hors événements sportifs)



UNE BAISSÉ SIGNIFICATIVE SANS DÉGRADER L'AUDIÉNCÉ

DES GAINS RÉCURRENTS DÉJÀ OBTENUS EN 2008

- ▶ 77 ACCORDS CONCLUS
- ▶ 7,6 M€ ÉCONOMISÉS EN 2008

➔ **10 M€ EN ANNÉE PLEINE**

L'ACCÉLÉRATION DES RENÉGOCIATIONS

- ▶ 50 ACCORDS EN EXAMEN
- ▶ UN GAIN SUPPLÉMENTAIRE ESTIMÉ À **5 M€ PAR AN**

DROITS AUDIOVISUELS ET SPORTIFS

- ▶ UNE SÉLECTIVITÉ PLUS GRANDE
- ▶ UNE LIMITATION DES ACQUISITIONS ANTENNE

UNE OPTIMISATION DÉSORMAIS BIEN EN PLACE

- ▶ RÉDUCTION DRASTIQUE DES FRAIS DE MISSION ET DE REPRÉSENTATION
- ▶ RÉVISION COMPLÈTE DE NOS COÛTS INFORMATIQUES ET TECHNIQUES
- ▶ NON REMPLACEMENT DES DÉPARTS
- ▶ UN SUIVI PLUS EFFICACE DE NOS PRESTATAIRES
- ▶ SIMPLIFICATION DE NOS STRUCTURES

UN EFFORT QUOTIDIEN POUR AMÉLIORER LA GESTION COURANTE

- ▶ COMPLET ET SANS CONCESSION
- ▶ MENÉ PAR TOUTES LES STRUCTURES DU GROUPE
- ▶ AMBITIEUX ET RÉALISTE
- ▶ DESTINÉ À ÊTRE ENCORE AMÉLIORÉ

**METTRE TFI À SON MEILLEUR POIDS DE FORME POUR LE PRÉSENT
ET SURTOUT L'AVENIR**

NOS ATOUTS POUR PASSER LE CAP...

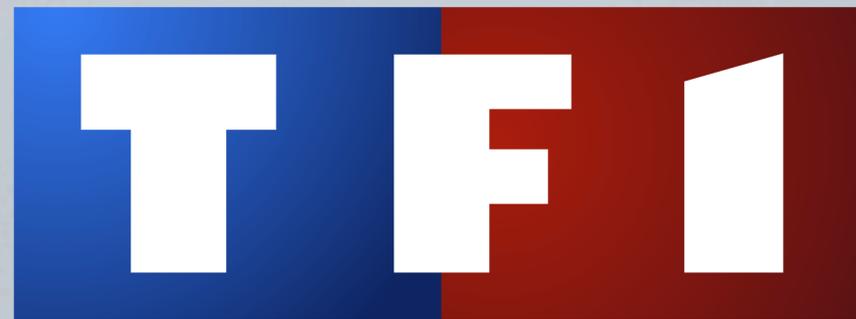
- ▶ Une réorganisation anticipée et déjà efficace
- ▶ Un management soudé et mobilisé
- ▶ L'adhésion des collaborateurs
- ▶ Un coût de grille plus que jamais maîtrisé
- ▶ Une audience toujours puissante
- ▶ Des filiales concentrées sur leur coeur de métier
- ▶ Une santé financière intacte
- ▶ Des dépenses 2008 déjà en baisse de plus de 30 M€

**UN GROUPE EN ORDRE DE BATAILLE
AVEC LE SOUTIEN D'UN ACTIONNAIRE SOLIDAIRE**

...ET POUR L'AVENIR

- ▶ Une Antenne qui continuera à fédérer un large public
- ▶ Une offre d'écrans puissants sans égal
- ▶ La qualité de notre portefeuille clients
- ▶ Une offre de complément complète avec TMC et TFI Digital
- ▶ Une stratégie 360 en plein essor
- ▶ Des filiales recentrées sur les métiers porteurs
- ▶ De nouveaux territoires à explorer
- ▶ Une capacité d'innovation et de création intacte

**RÉORGANISER, RENOUVELER, REPOSITIONNER, RENTABILISER
RESTENT LES MAÎTRES MOTS**



COMPTES 2008

CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE

ÉVOLUTION

M€	2007	2007 Retraité	2008	Var.	Var. (%)
Chiffre d'affaires consolidé	2 763	2 739	2 595	-144	-5,3 %
CA Publicité TFI SA	1 718	1 718	1 647	-71	-4,1 %
CA diversification	1 045	1 021	948	-73	-7,1 %

DÉTAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITÉ

Antenne TFI	1 718	1 718	1 647	-71	-4,1 %
Thématiques France	92	80	87	7	+8,8 %
Internet France	18	14	15	1	+7,1 %
Eurosport International	72	72	84	12	+16,7 %
Divers	0	0	1	1	NS
CHIFFRE D'AFFAIRES PUB TOTAL	1 900	1 884	1 834	-50	-2,7 %

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

ÉVOLUTION

M€	2007	2007 Retraité	2008	Var.	Var. (%)
Antennes France	2 220,5	2 195,8	2 103,5	-92,3	-4,2 %
TFI SA	1 729,3	1 729,3	1 655,0	-74,3	-4,3 %
Chaînes thématiques France	188,6	188,6	187,9	-0,7	+0,4%
Groupe Téléshopping	153,1	136,5	126,3	-10,2	-7,5 %
TFI Entreprises	40,5	40,5	36,0	-4,5	-11,1 %
e-tfi	57,1	65,1	60,4	-4,7	-7,2 %
Sociétés de production interne	28,1	28,1	31,1	+3,0	+10,7%
Divers	23,8	7,7	6,8	-0,9	-11,7 %
Droits Audiovisuels	268,1	268,1	174,0	-94,1	-35,1 %
TFI Vidéo	166,7	166,7	119,3	-47,4	-28,4 %
Catalogue	101,4	101,4	54,7	-46,7	-46,1 %
Antennes Internationales	274,8	274,8	316,2	+41,4	+15,1%
Activités Diverses	0,2	0,2	1,0	+0,8	NS
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	2 763,6	2 738,9	2 594,7	-144,2	-5,3 %

COÛT DE GRILLE

ANTENNE TFI

M€	2007	2008	Var.	Var. (%)
TOTAL COÛT DE LA GRILLE *	1 024,2	1 032,1	+7,9	+0,8 %
ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	49,9	53,9	+4,0	+8,0 %
TOTAL HORS ÉVÉNEMENT SPORTIFS	974,3	978,2	+3,9	+0,4 %
Variétés / Jeux / Magazines	254,5	269,0	+14,5	+5,7%
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	290,1	288,0	-2,1	-0,7 %
Sports (hors Événement Sportifs)	146,2	140,3	-5,9	-4,0 %
Informations	119,2	111,7	-7,5	-6,3 %
Films	138,8	139,2	+0,4	+0,3 %
Jeunesse	25,5	30,0	+4,5	+17,7 %

* DONT RÉFORMES ET DROITS ÉCHUS

COMPTES 2008



COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

TABLEAU 1/2

M€	2007	2007 Retraité	2008	Var.	Var. (%)
Chiffre d'affaires consolidé	2 763,6	2 738,9	2 594,7	-144,2	-5,3 %
Total coût de la grille	-1 024,2	-1 024,2	-1 032,1	-7,9	+0,8 %
Total autres charges et produits d'exploitation	-1 304,9	-1 280,2	-1 239,0	41,2	-3,2 %
EBITDA *	434,5	434,5	323,6	-110,9	-25,5 %
Taux de marge	15,7 %	15,9 %	12,5 %	-3,4 pts	
Dotations nettes aux amortissements et provisions et reprises	-129,3	-129,3	-147,1	-17,8	+13,8%
Résultat opérationnel	305,2	305,2	176,5	-128,7	-42,2 %
Taux de marge	11,0 %	11,0 %	6,8 %	-4,3 pts	

* EBITDA : Résultat opérationnel courant + dotations aux amortissements et provisions + reprises provisions risques et charges non utilisées + reprises provisions sur actifs non utilisés

M€	2008
Résultat opérationnel	176,5

PRINCIPAUX IMPACTS SUR LE RÉSULTAT OPÉRATIONNEL EN 2008

Renégociation des contrats	+7,6	→	-9,8
Réduction des charges externes	+15,0		
Activités arrêtées (JET, TFou...)	+9,2		
Coûts de réorganisation	-41,6		

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ PAR NATURE

M€	2007	2007 Retraité	2008	Var.	Var. (%)
Antennes France	2 763,6	2 738,9	2 594,7	-144,2	-5,3 %
Autres produits de l'activité	0,2	0,2	0,2	0	0
Consommation de production externe	-627,6	-627,6	-641,2	-13,6	+2,2 %
Autres achats consommés et variation de stocks	-562,1	-529,7	-524,6	+5,1	-1,0 %
Charges de personnel	-437,5	-437,5	-445,3	-7,8	+1,8 %
Charges externes	-546,6	-554,3	-527,4	+26,9	-4,9 %
Impôts et taxes	-141,5	-141,5	-138,4	+3,1	-2,2 %
SOUS TOTAL	-2 315,1	-2 290,4	-2 276,7	+13,7	-0,6 %
Dotations nettes aux amortissements et provisions	-129,3	-129,3	-147,1	-17,8	+13,8 %
Autres produits et charges opérationnels	-14,0	-14,0	5,6	+19,6	NS
SOUS TOTAL	-143,3	-143,3	-141,5	+1,8	-1,3 %
Résultat opérationnel courant	305,2	305,2	176,5	-128,7	-42,2 %
Autres produits et charges opérationnels non courants	-	-	-	-	-
Résultat opérationnel	305,2	305,2	176,5	-128,7	-42,2 %

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

TABLEAU 2/2

M€	2007	2007 Retraité	2008	Var.	Var. (%)
Résultat opérationnel	305,2	305,2	176,5	-128,7	-42,2 %
Coût de l'endettement financier net	-21,4	-21,4	-22,4	-1,0	+4,7 %
Autres produits et charges financiers	28,7	28,7	40,9	+12,2	+42,2 %
Impôt	-93,0	-93,0	-40,8	+52,2	-56,1 %
QP résultat des sociétés mises en équivalence	8,3	8,3	9,6	+1,3	+15,7 %
Résultat net de l'ensemble consolidé	227,8	227,8	163,8	-64,0	-28,1 %
Part des minoritaires	-	-	-	-	-
Résultat net part du groupe	227,8	227,8	163,8	-64,0	-28,1 %

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF CONSOLIDÉ	M€	31/12/07	31/12/08	Var.
Total actifs non courants		1 844,5	1 869,6	+25,1
Total actifs courants		1 807,2	1 855,8	+48,6
Actifs en cours de cession		0,0	14,8	+14,8
TOTAL ACTIF		3 651,7	3 740,2	+88,5
PASSIF CONSOLIDÉ	M€	31/12/07	31/12/08	Var.
Total capitaux propres		1 394,0	1 376,9	-17,1
Total passifs non courants		653,1	755,6	+102,5
Total passifs courants		1 604,6	1 592,7	-11,9
Passifs liés aux actifs en cours de cession		0,0	15,0	+15,0
TOTAL PASSIF		3 651,7	3 740,2	+88,5
Endettement financier net TOTAL GROUPE		597,3	704,5	107,2
Gearing		42,8 %	51,2 %	8,4 pts

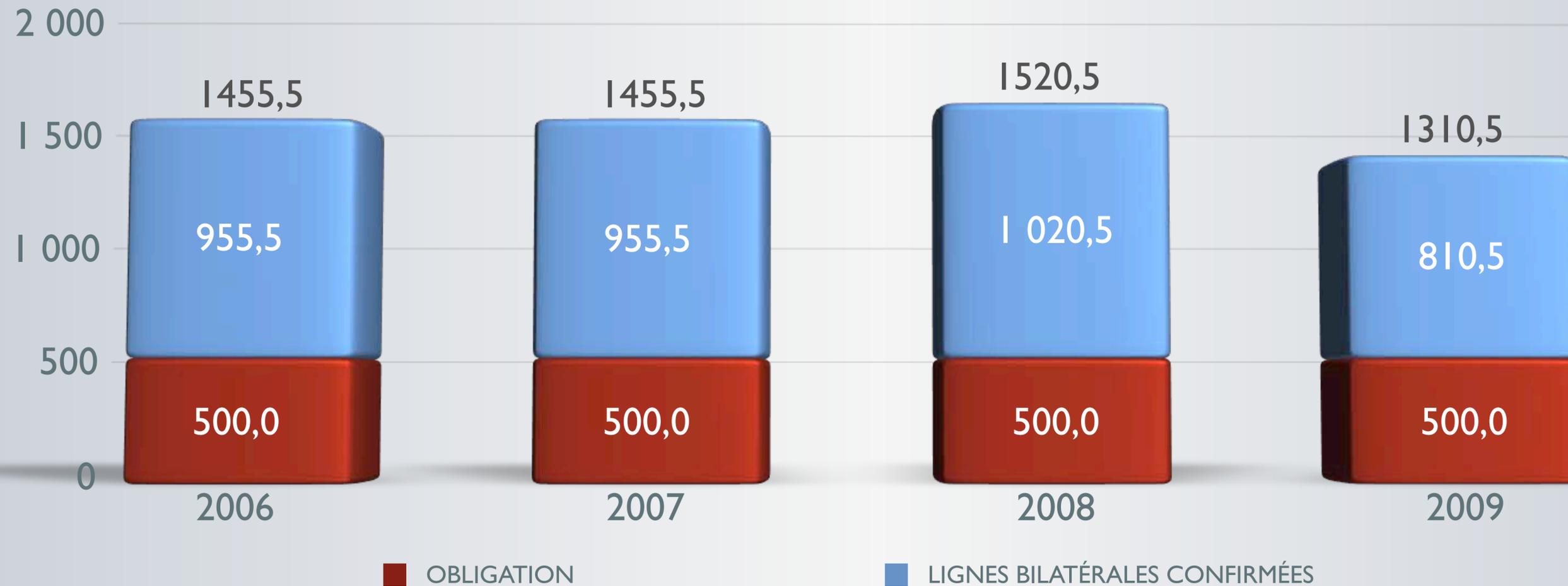
TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉ

Tableau de flux de trésorerie résumé	M€	31/12/07	30/12/08
Résultat de l'exercice		227,8	163,8
CAF avant charge d'intérêt et IS		392,7	269,9
Impôts versés		-99,8	-68,0
Variation de BFR lié à l'activité		32,5	5,8
Flux de trésorerie généré par l'activité		325,4	207,7
Flux de trésorerie lié aux opérations d'investissement		-332,3	-104,4
Flux de trésorerie lié aux opérations de financement		-235,0	-137,4
Variation de trésorerie		-241,9	-34,1
Trésorerie au début de l'exercice		271,8	29,9
Trésorerie à la clôture de l'exercice		29,9	-4,2

UNE SITUATION FINANCIÈRE SOLIDE

Aucun covenant financier

Echéancier des financements confirmés



FÉVRIER 2010 Option de vente (Put) sur les titres Canal+ France (9,9%) pour un montant plancher de 747,5M€



PRÉSENTATION AUX ANALYSTES DU 19/02/2009

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

RÉORGANISER L'ENTREPRISE

OBJECTIF : DES MÉTHODES ET DES PROCÉDURES RIGOUREUSES

RÉALISÉ 2008

Gouvernance :

- ▶ CoDG Hebdomadaire
- ▶ CoDIR Mensuels
- ▶ CoMGT Trimestriels

Gestion :

- ▶ Cockpit
- ▶ Plan
- ▶ Tableaux de bord

Achats :

- ▶ Appels d'offre
- ▶ Synergies Groupe

RH :

- ▶ Optimisation des effectifs

Achats :

- ▶ Négociateur unique
- ▶ Signature Champion's League

PROJET 2009

Gouvernance :

- ▶ Nouvelle politique de bonus
- ▶ Gel des salaires 2009

Gestion :

- ▶ ERP Groupe avec SIGMA

Achats :

- ▶ Montée en puissance

RH :

- ▶ Non remplacement des départs

Achats :

- ▶ Renégociation des contrats en cours
- ▶ Suivi hebdomadaire des coûts

UN PILOTAGE PLUS EFFICACE

RÉORGANISER L'INFORMATION

2008

Objectif : ▶ Un pôle multicanal moins coûteux

Réalisé :

- ▶ Un management unique
- ▶ Des services supports et éditoriaux communs
- ▶ Une planification optimisée des moyens
- ▶ Ouest info
- ▶ Des économies déjà significatives

10 M€ en 2008 vs 2007

2009

Objectif : ▶ renforcer les synergies
▶ poursuivre la réduction des coûts sans altérer la qualité

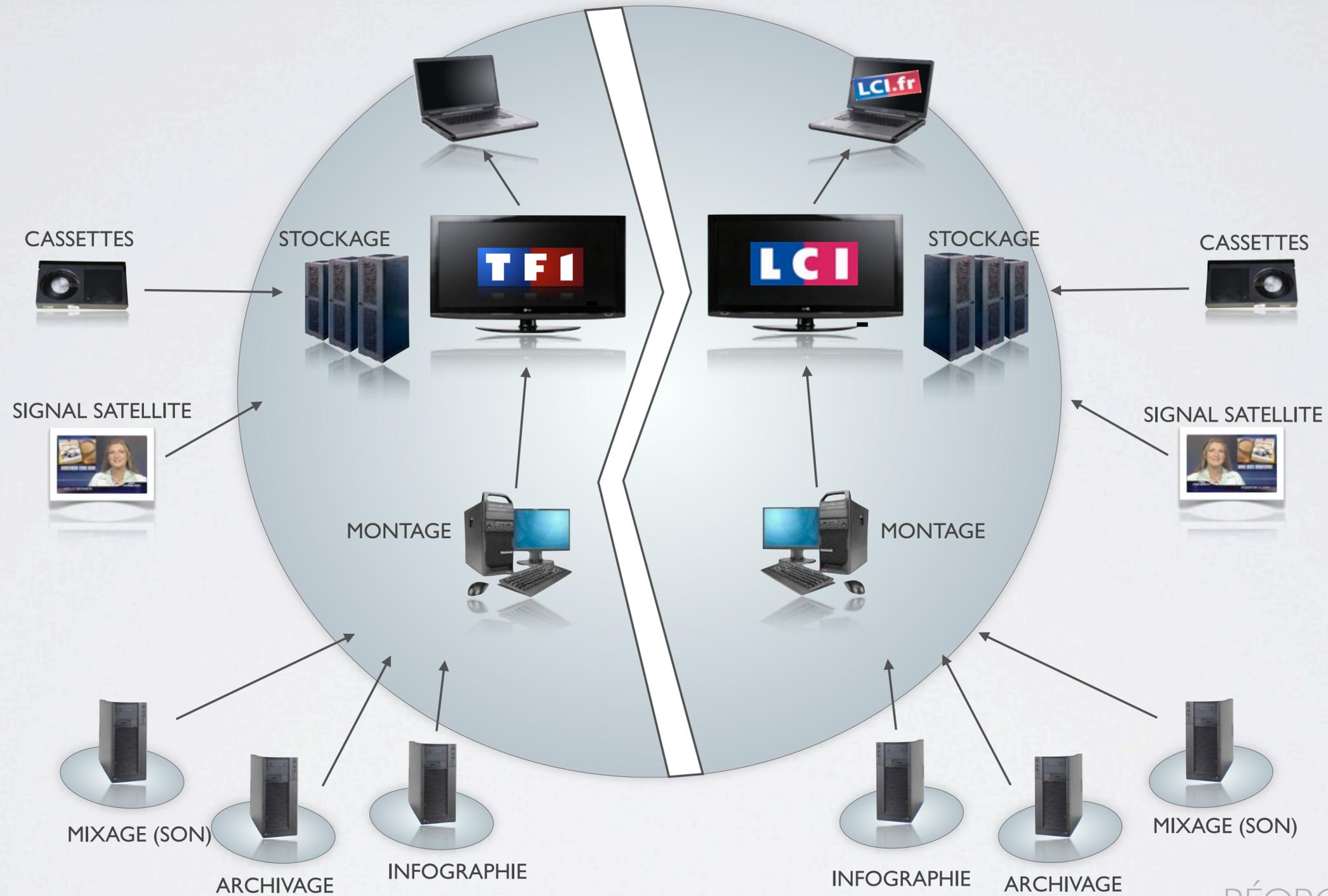
Un atout majeur : le PNS 2 (Process News & Sports 2)

Un outil qui permet de :

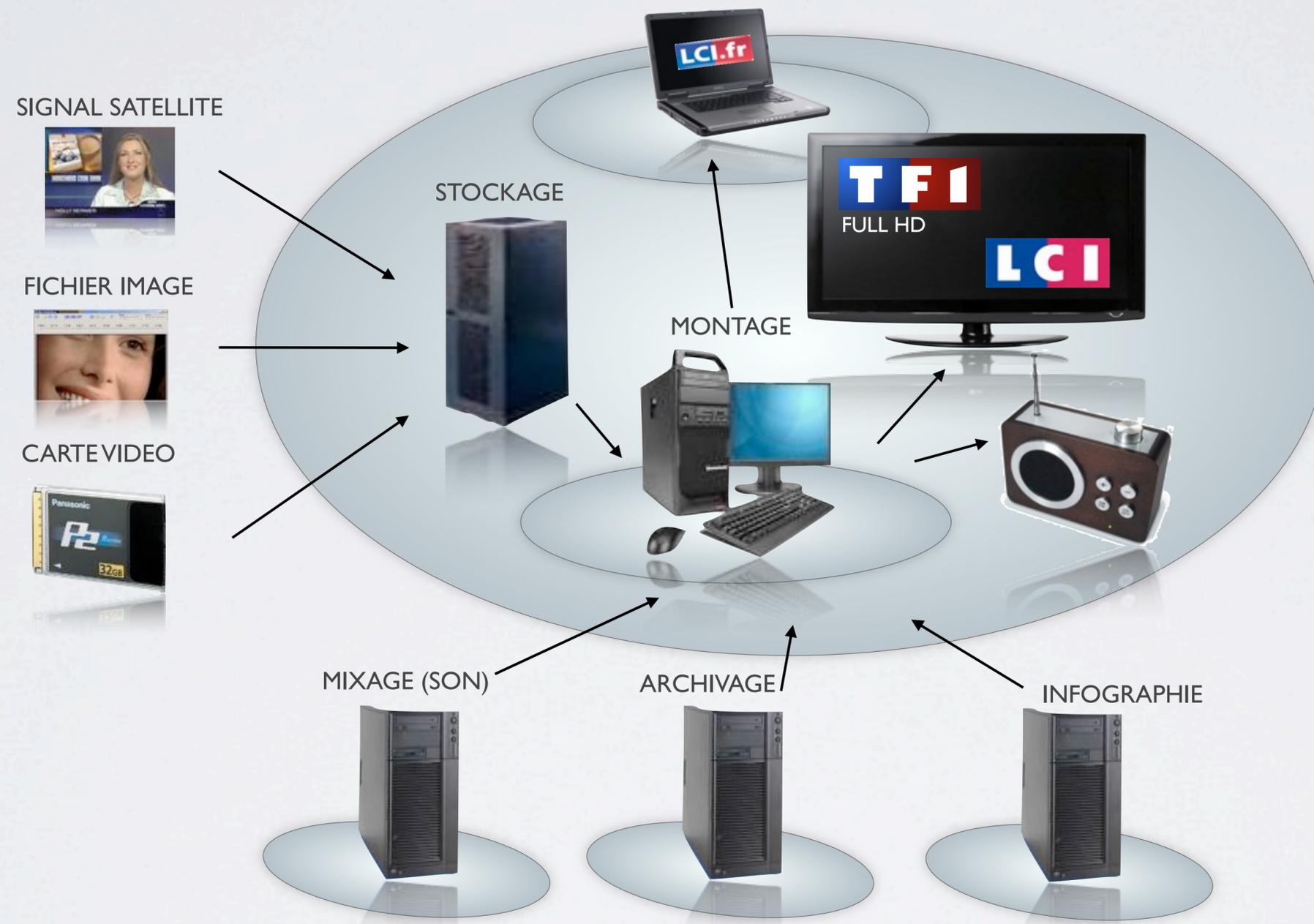
- ▶ Partager l'acquisition, la gestion et la fabrication des sujets
- ▶ Faciliter la mise en place de méthodes communes
- ▶ Améliorer la productivité de l'ensemble
- ▶ Renforcer la réactivité de chaque canal
- ▶ Mise en place au S2 2009

UNE RÉFORME BÉNÉFIQUE

AVANT PNS2 DES MOYENS DE FABRICATION SPÉCIFIQUES



AVEC PNS2 UN OUTIL DE FABRICATION PARTAGÉ





▶ LE JOURNAL DE 20H : **7,7M TÉLÉSPECTATEURS**

35% DE PDA INDIVIDUS

Une avance de 3 millions de téléspectateurs et 14 pts de PdA sur le 20H de France 2



▶ LE JOURNAL DE 13H : **6,4M TÉLÉSPECTATEURS**

48% DE PDA INDIVIDUS

Une avance de 4 millions de téléspectateurs et 29 pts de PdA sur le 13H de France 2



▶ LCI, LA CHAÎNE D'INFO DE RÉFÉRENCE

LCI se maintient à 0,9% de PdA avec une audience en hausse de +31 % en fin d'année

La chaîne des grands événements retransmis en live

Lancement de  en janvier 2009

2009 : LA MUTUALISATION DES COMPÉTENCES DES RÉDACTIONS

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

20 HEURES



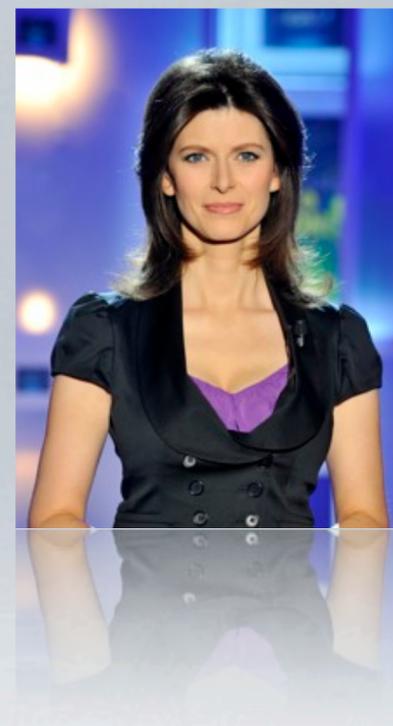
10H LE MAG



CCC? L'HEBDO COMBIEN ÇA COÛTE



ENQUÊTES & REVELATIONS



SANS AUCUN DOUTE



FIELD DE LA NUIT



DES SUCCÈS AVEC DE NOUVEAUX VISAGES



LE PARI RÉUSSI DE 3 NOUVELLES SÉRIES EN PRIME TIME

- ▶ Dr House
- ▶ Esprits Criminels
- ▶ New York Section Criminelle

7 séries fortes en Prime Time



L'AMORCE D'UNE FICTION «NEW LOOK»

- ▶ Dolto, Bruay en Artois : l'ambition du prestige
- ▶ F.L.I.C.S. : une écriture différente
- ▶ Julie Lescaut : un bain de jouvence



LE DIVERTISSEMENT EN CHANTIER

- ▶ Sacrée Soirée : la renaissance
- ▶ Le Game Show

UN PRIME TIME TOUJOURS AU TOP

- ▶ De nouveaux concepts de flux issus de TFI Pitch
- ▶ Le retour de la comédie et de nouveaux héros récurrents
- ▶ Des séries US prometteuses
- ▶ Des jeux et des divertissements événements
- ▶ La télé réalité tous publics

LA HAUTE DÉFINITION

UN ATOUT MAJEUR POUR LA TÉLÉVISION GRAND SPECTACLE DE TFI

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

REPOSITIONNER EN 2008

L'AMBITION DU MEDIA 360

TERRAIN

Tournées, street, affichage événementiel, écran géant



NOUVEAUX MEDIAS, MOBILITÉ, CRM



INTERNET



CHAÎNES THÉMATIQUES



CHAÎNES LOCALES

34 chaînes +



RADIO

113 stations, dont...



LA RÉGIE 360 EST OPÉRATIONNELLE

UNE OFFRE PUB ONLINE COMPLÈTE POUR LES ANNONCEURS

CARREFOURS
D'AUDIENCE



THÉMATIQUES ET
CIBLES RECHERCHÉES



OPÉRATIONS
SPÉCIALES ONLINE



OPÉRATIONS 36 I



LES SITES MÉDIAS ONT L'OFFRE PUB ONLINE LA PLUS PERFORMANTE



TF1 PUB IÈRE RÉGIE PUB PLURI-AUDIOVISUELLE POUR PESER SUR LE ONLINE

REPOSITIONNER EN 2008

LA STRATÉGIE MULTI CANAL EST EN PLACE



NOS ANTENNES ET NOS MARQUES SUR TOUS LES MÉDIAS



17+ MINUTES PAR VISITES



5 MILLIONS DE VIDÉOS VUES

- Épisodes en rattrapage
- Extraits
- Best of
- Buzzs
- Web épisodes
- Réactions des candidats

INTERAGIR ET VIVRE KOH LANTA

- Tchat avec les candidats
- Forum
- Blogs entre fans
- Jeux virtuel
- Jouer et gagner

8,1 Millions spectateurs par prime
9,2 Millions pour la finale 13/02/09 *



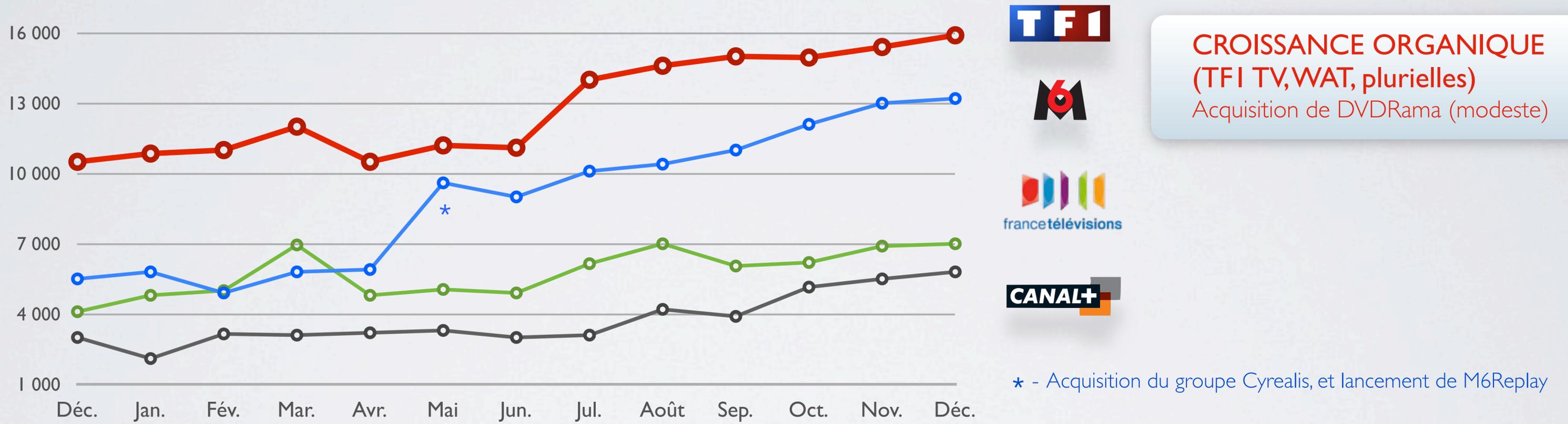
JEUX AUDIOTEL /SMS



WEB / ANTENNE / INTERACTIVITÉ : CHAQUE SUPPORT SE RENFORCE L'UN L'AUTRE

* SOURCE MÉDIAMÉTRIE / MÉDIAMAT
MOYENNE DES 5 PRIMES

TF1: 1^{ER} GROUPE MÉDIA ET 8^{ÈME} GROUPE DU WEB (DÉC. 2008)

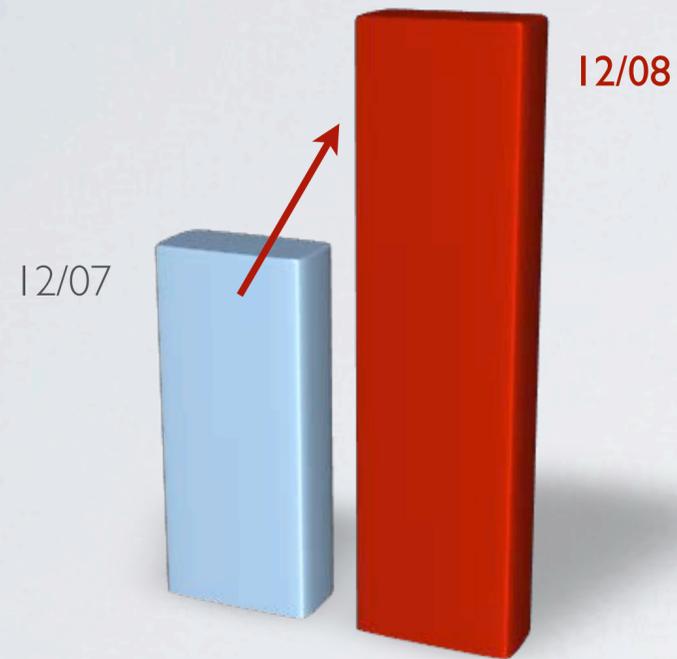


CROISSANCE ORGANIQUE
 (TF1 TV, WAT, plurielles)
 Acquisition de DVDrama (modeste)

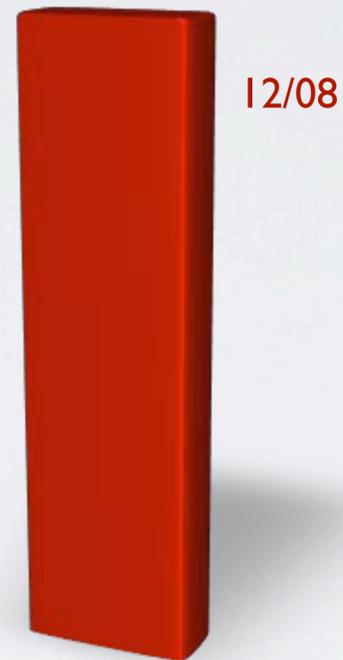
* - Acquisition du groupe Cyrealis, et lancement de M6Replay

SOURCE : Derniers résultats d'audience publiés – Panel Médiamétrie NNR – Home & Work, Déc. 2008 « Parent »
 (le classement Parent agrège les audiences de tous les sites détenus par un même groupe)

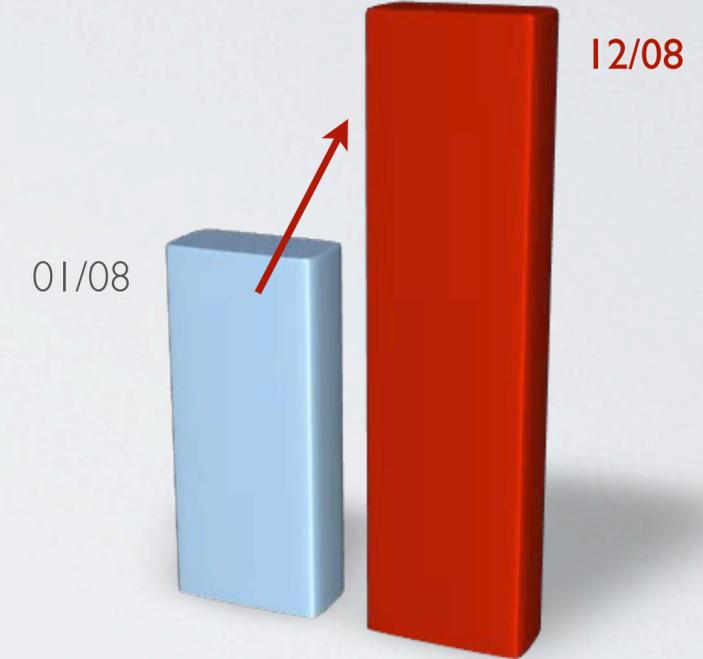
SOURCE : Médiamétrie e-Stat



- **15.7 MILLIONS** de Visiteurs Uniques
- **+ 37%** en 1 an



- **1 MILLIARD** de vidéos vues
- **ENTRE 70 ET 110 MILLIONS** de vidéos vues par mois



- **625 MILLIONS** de visites*
- **+ 38%** en 1 an

SOURCE : Derniers résultats d'audience publiés – Panel Médiamétrie NNR – Home & Work, Déc. 2008 « Parent »
(le classement Parent agrège les audiences de tous les sites détenus par un même groupe)

SOURCE : Médiamétrie e-Stat

NOUVEAU TFI.FR, LE SITE «INTERNAUTES-CENTRIC»: UNE EXPÉRIENCE ENRICHIE AUTOUR DE L'ANTENNE

Stratégie de rebonds



D'un portail TFI.fr généraliste...
...vers un site Média qui enrichit
et prolonge l'expérience Antenne

- Se divertir
- S'informer
- Partager

- La vidéo en majeur
- Le divertissement et l'information comme piliers
- Le dialogue direct sous toutes ses formes (blogs, forum...)

POUR UNE RELATION CONTINUE TOUT AU LONG DE LA JOURNÉE ENTRE TFI ET SES PUBLICS

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

RÉALISÉ 2008

32 M€

PLAN DE BATAILLE 2009

60 M€

UN PROGRAMME D'ÉCONOMIES SANS PRÉCÉDENT

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

- 1 TFI est une chaîne d'avenir
- 2 TMC, un leader en plein essor
- 3 TFI Digital, s'impose en se renouvelant
- 4 La stratégie 360 s'accélère
- 5 L'offre Web pure-player se renforce
- 6 La diversification se rationalise
- 7 De nouveaux territoires s'ouvrent

- Le média télévision se porte bien
- Le marché TV devient mature
- Sa position reste unique et durable
- Le nouveau carrefour du 20h35 confirme sa solidité
- La puissance de ses écrans est un atout
- La variété de son portefeuille client est sans égal
- Une réglementation porteuse d'avenir

1

TF1 EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

CONSOMMATION TV

sur les individus 4 ans +

ANNÉE 2008



ANNÉE 2009

Un très fort démarrage

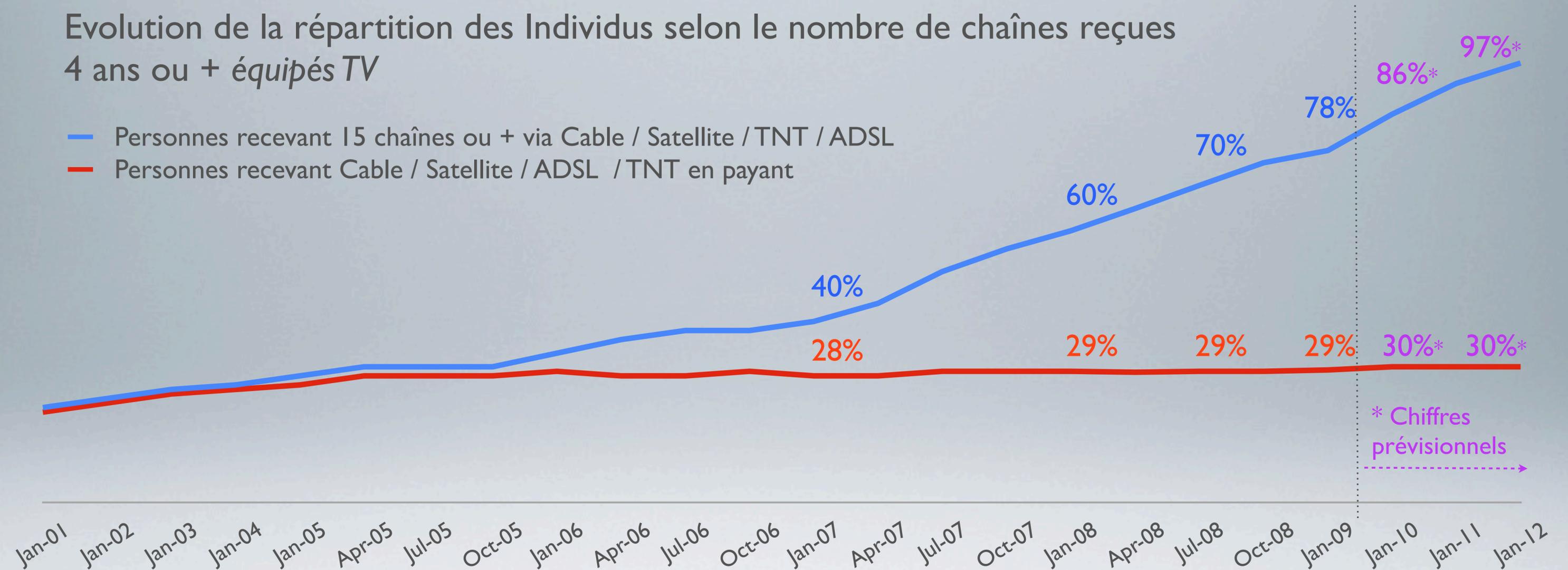
3h47 min sur les Individus 4 ans + soit **+ 7 min** par rapport à 2008 (sur la même période)

LE MÉDIA TÉLÉVISION CONSERVE UN HAUT NIVEAU DE CONSOMMATION

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

Evolution de la répartition des Individus selon le nombre de chaînes reçues
4 ans ou + équipés TV



LE MARCHÉ DEVIENT MATURE

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

96 ÉMISSIONS
CLASSÉES DANS LE TOP 100

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

24 ÉMISSIONS

À PLUS DE 9,0M DE TÉLÉSPECTATEURS
CONTRE 2 POUR LA CONCURRENCE

8 ÉMISSIONS

À PLUS DE 10,0M DE TÉLÉSPECTATEURS
CONTRE 1 POUR LA CONCURRENCE

27,2%

DE PART D'AUDIENCE
SUR LES INDIVIDUS DE 4 ANS ET PLUS

30,9%

DE PART D'AUDIENCE
SUR LES FEMMES DE MOINS DE 50 ANS RESPONSABLE DES ACHATS

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

NOMBRE D'ÉMISSIONS DANS LE TOP DEPUIS 1989



6ÈME MEILLEURE PERFORMANCE POUR TFI DEPUIS 1989*

TFI CONSERVE UNE POSITION UNIQUE ET DURABLE SUR SON MARCHÉ

1

TF1 EST UNE CHAÎNE D'AVENIR



12.7 millions

Euro 2008
Pays-Bas-France

96 des 100 meilleures audiences

8 sport

57 séries US

13 fictions françaises

5 émissions d'information

11 films

2 variétés / divertissement

LA DIVERSITÉ ATOUT MAJEUR DES PROGRAMMES

FIN DE LA PUBLICITÉ SUR FRANCE TÉLÉVISIONS : LE CARREFOUR DU 20H35

- PEU DE CHANGEMENTS DANS LES HABITUDES DES TÉLÉSPECTATEURS
- PUISSANCE DES PRIMES DE TF1
- RENFORCEMENT DE LA PDA DE TF1 EN 2ÈME PARTIE DE SOIRÉE

PLUSIEURS RAISONS :

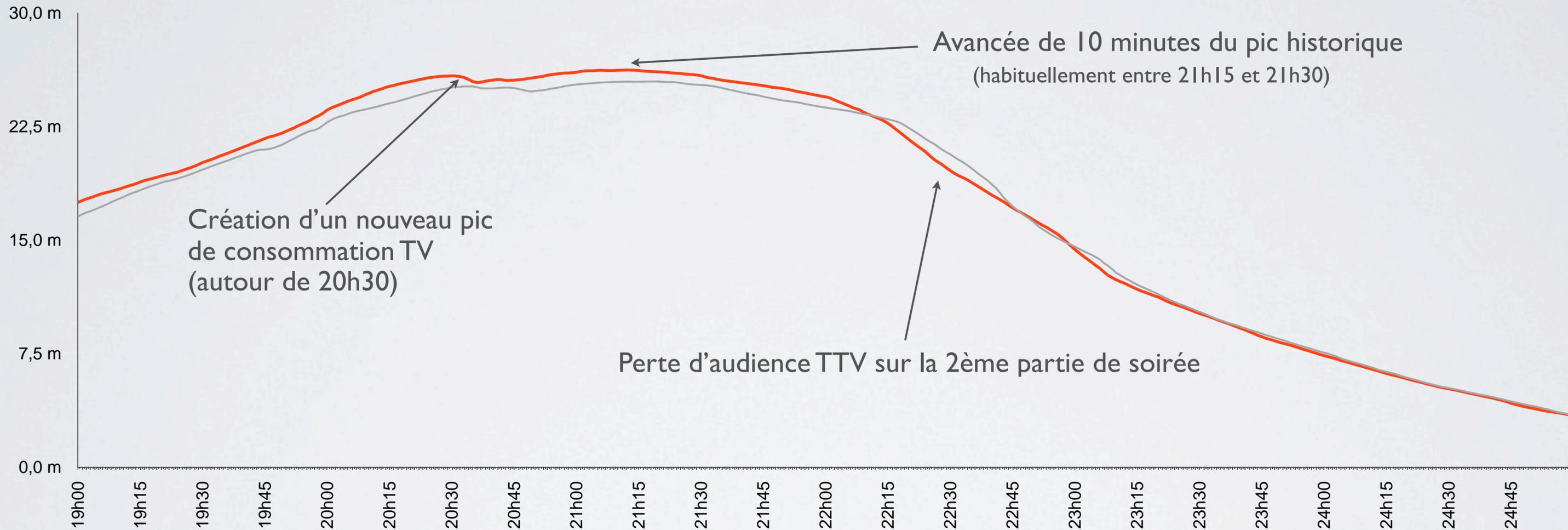
- UN JT TOUJOURS LEADER
- LA MÉTÉO SUPERSTAR
- UN PEAK EN PLEINE FORME : UNE EXPOSITION UNIQUE
- LA VALEUR DES PROGRAMMES vs UNE VALEUR HORAIRE
- PRAGMATISME DES HORAIRES

UN PARI RÉUSSI POUR TF1

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

SUPPRESSION DE LA PUBLICITÉ SUR FRANCE TÉLÉVISIONS: VERS UN NOUVEAU COMPORTEMENT DES TÉLÉSPECTATEURS ?

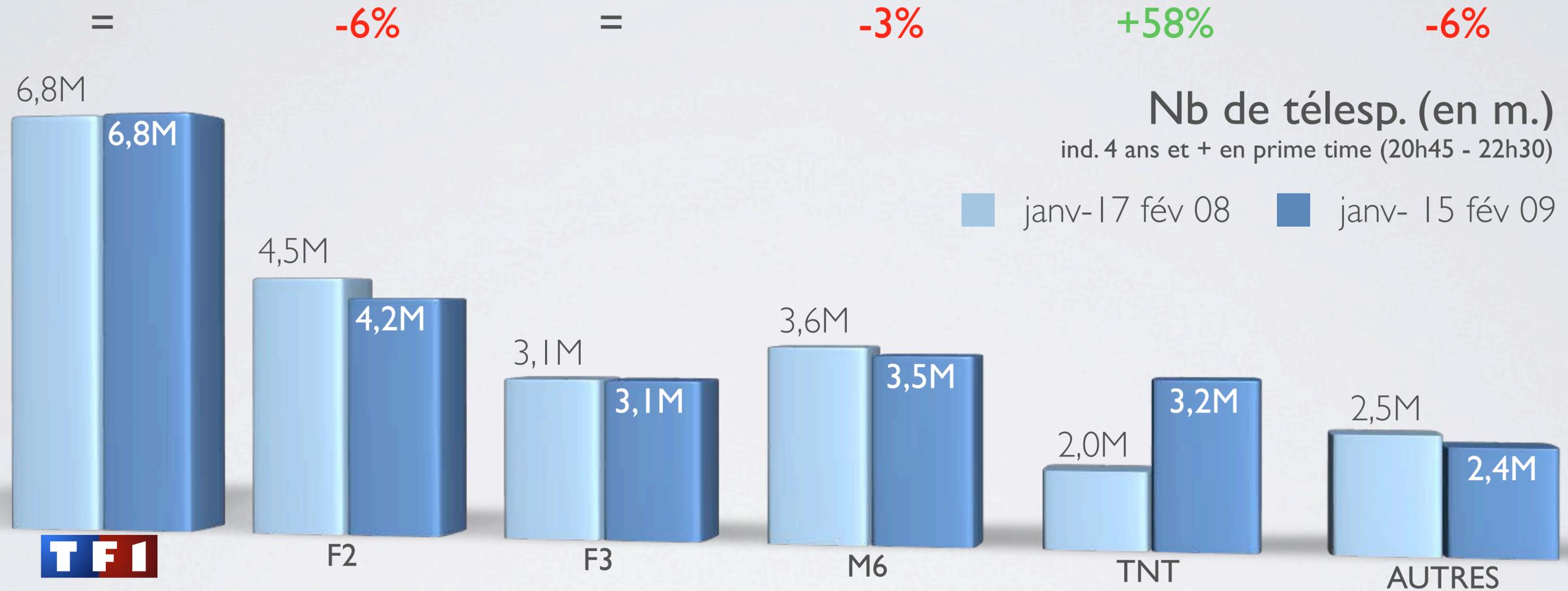


COURBE AUDIENCETTV (Lundi-Vendredi)
Source : Médiamétrie – Mediamat / du 05/01/09 au 15/02/09 vs
la même période en 2008

— 2008
— 2009

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR



85% DES PRIME TIME LEADER

46 DES 50 MEILLEURS AUDIENCES DEPUIS DÉBUT 2009

1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR



FLUX

Koh lanta, le retour des héros*

8,3 millions

Finale de Koh lanta,
le retour des héros

9,2 millions



CINÉMA

Bruce tout puissant

7,3 millions

La Guerre des Mondes

8,3 millions

Astérix

8,9 millions



SÉRIE US

NY section criminelle

6,9 millions

Les Experts Manhattan (saison 4 inédite)

8,4 millions



FICTION FRANÇAISE

Section de recherches (inédits)

7,0 millions

Avalanche

7,8 millions

UNE PUISSANCE EN PRIME-TIME CONFIRMÉE

* Moyenne des 6 émissions

SOURCE : Médiamétrie-Médiamat / arrêté au 17/02/2009

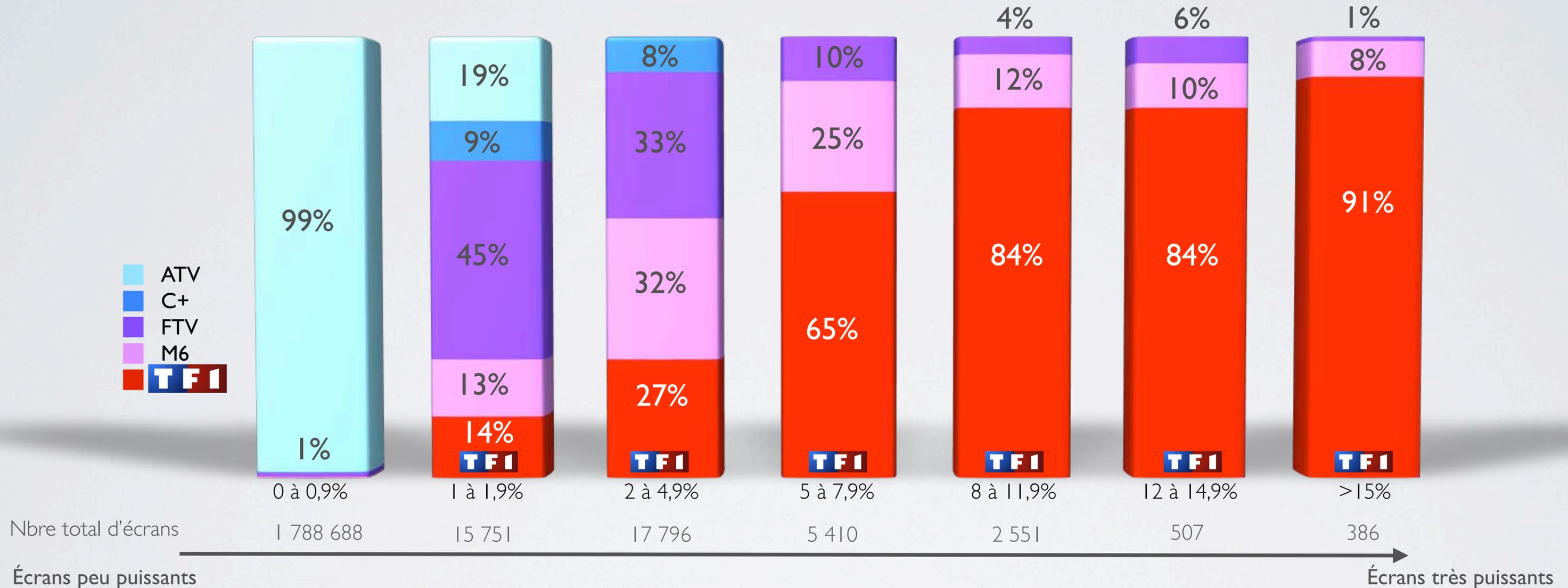
PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE



1

TFI EST UNE CHAÎNE D'AVENIR

OFFRE PUBLICITAIRE



L'EXCLUSIVITÉ DE LA PUISSANCE DES ÉCRANS EST UN ATOUT

1

TF1 EST UNE CHAÎNE D'AVENIR



20h35

20h50

AUDIENCE MOYENNE

F. rda < 50 ans

13,0

Évolution vs.
déc. 08

+14 %

Évolution vs.
janv./févr. 08

+9 %

Ind. 25-49 ans

12,6

+12 %

+8 %

F. rda < 50 ans

14,4

+5 %

+5 %

Ind. 25-49 ans

13,4

+4 %

+5 %

RENFORCEMENT DE LA PUISSANCE DES ÉCRANS PUBS

Renforcer certaines cases

- samedi 18h
- l'access semaine

Adapter le coût de grille au contexte économique

- révision systématique des coûts
- exploitation au mieux des droits acquis
- sélectivité des choix

Concentrer nos efforts sur les cases à fort potentiel de recette

- Access
- Prime-time
- 2^{ème} partie de soirée

DES OBJECTIFS 2009 AMBITIEUX

Un accord interprofessionnel positif :

- Des obligations de productions réduites de 16 % à 12,5 % du CA pub
- Un droit à recettes nouveau
- La règle des 120h assouplie
- Des déductions intéressantes (pilotes, formation...)
- Des effets positifs dès 2010

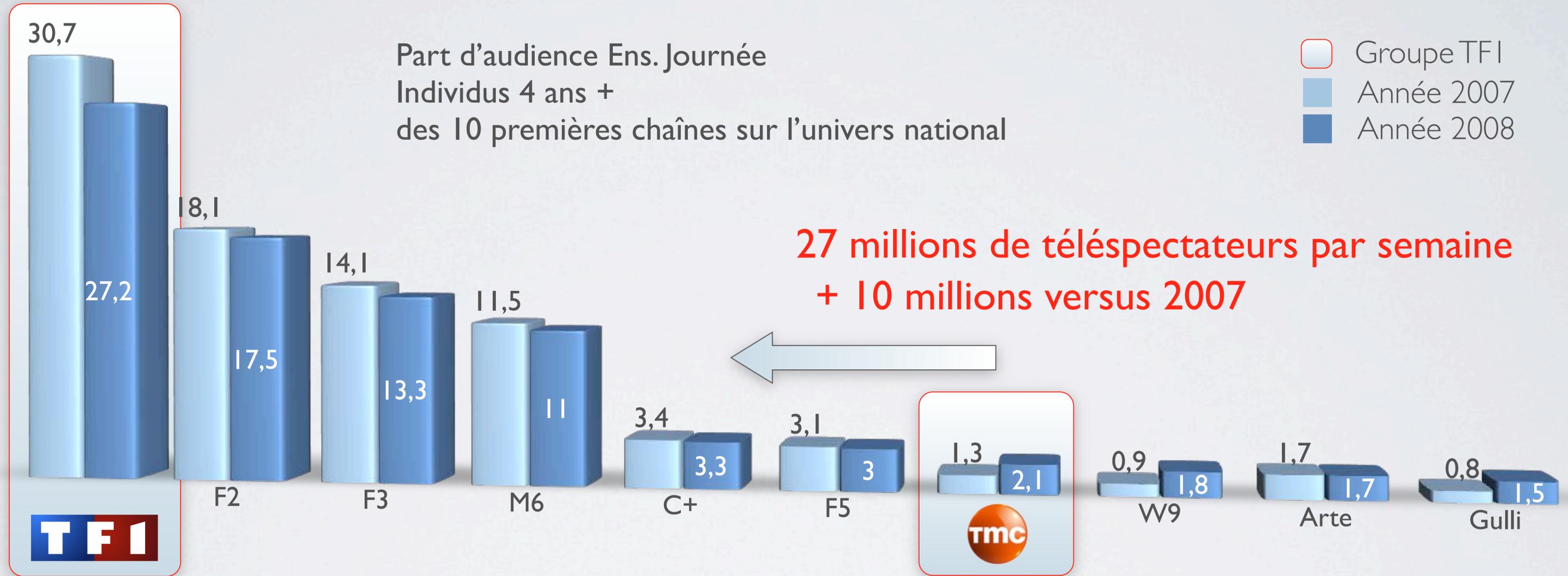
Des textes législatifs et réglementaires favorables

- Décret publicité du 24 décembre 2008
- Seconde coupure autorisée par la loi du 4 février 2009

UNE RÉGLEMENTATION PORTEUSE D'AVENIR

2

TMC : UN LEADER EN PLEIN ESSOR



TMC, 7^{ÈME} CHAÎNE DE L'UNIVERS NATIONAL ET LEADER TNT

2

TMC : UN LEADER EN PLEIN ESSOR

PERSPECTIVES 2009

UNE NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE



CINÉMA, SÉRIES, MAGAZINES ET DIVERTISSEMENTS, UNE SEMAINE AVEC LA 7^{ème} CHAÎNE NATIONALE !

WILL SMITH Wild Wild West DIMANCHE 1 ^{er} MARS 20H40	EXCLUSIF CAROLE ROUSSEAU 90' enquêtes MARDI 3 MARS 20H40	SAM WATERSTON New York Police Judiciaire MARDI 3 MARS 22H20	INÉDIT TY PENNINGTON Les maçons du cœur MERCREDI 4 MARS 20H40	INÉDIT LENA HEADEY Terminator, Les chroniques de Sarah Connor JEUDI 5 MARS 20H40	NOUVEAU LAURENCE BOCCOLINI Fan des années 90 SAMEDI 7 MARS 19H20	EXCLUSIF ALEXIA LAROCHE-JOUBERT Ma drôle de Vie SAMEDI 7 MARS 18H15	EXCLUSIF SANDRA LOU & DENIS MARECHAL Incroyable Mais Vrai, Le Mag DIMANCHE 8 MARS 19H35
--	---	--	--	---	---	--	--

TMC
www.tmc.tv

LA MONTÉE EN PUISSANCE DES PROGRAMMES

LA NOUVELLE GRANDE CHAÎNE GÉNÉRALISTE ET FAMILIALE

3

TF1 DIGITAL S'IMPOSE EN SE RENOUVELANT

histoire

Comprendre le présent par l'Histoire

LCI

L'information de référence

Odyssée

Nouveau concept Art de Vivre

EUROSPORT

La chaîne n°1 en Europe

tvbreizh

Le futur Canal Compensatoire TNT 2011

Ushuaïa TV

Le développement durable en HD

TF6

La mini généraliste

serieclub

La chaîne des fans

L'OFFRE INCONTOURNABLE DU CÂBLE ET DU SATELLITE

4

LA STRATÉGIE 360 S'ACCÉLÈRE

BACKSTAGE : l'univers de TFI sur les box TV accessible à tout moment

- Programmes en rattrapage
- VOD payant
- Exclusivités et Bandes annonces
- Flash news / sports
- Jeux interactifs
- Météo, services, eCommerce



Antenne + Nouveau TFI.fr + TFI sur BOX TV + TFI sur mobile
TFI SUR TOUS LES ÉCRANS

5

L'OFFRE WEB PURE PLAYER SE RENFORCE

Ushuaïa



overblog
Partagez vos idées !



wat



Plurielles.fr
toutes les femmes s'y retrouvent



AUTOMOTO.fr



LES THÉMATIQUES WEB PAR EXCELLENCE

- **TÉLÉSHOPPING :**
 - ▶ CESSION DE SURINVITATION.COM
 - ▶ RECONFIGURATION DE 1001 LISTES
 - ▶ DÉVELOPPEMENT DE PLACE DES TENDANCES
- **TFI VIDÉO :**
 - ▶ CRÉATION D'UN GIE DE COMMERCIALISATION AVEC SONY FRANCE
 - ▶ OPTIMISATION DES STRUCTURES
 - ▶ TFI VISION SUR ORANGE
- **TFI INTERNATIONAL :**
 - ▶ REGROUPEMENT DE STRUCTURES SUPPORT
 - ▶ SÉLECTIVITÉ PLUS GRANDE DANS LES CHOIX ÉDITORIAUX
 - ▶ DES SYNERGIES NOUVELLES AVEC TFI VIDÉO
- **TFI DIGITAL :**
 - ▶ ACCORD NUMÉRICÂBLE SUR 4 ANS SÉCURISANT LES CHAÎNES DU PÔLE
 - ▶ CESSION DES 50 % DE FRANCE 24
 - ▶ ACCORD LCI / ADP
- **TFI ENTREPRISES :**
 - ▶ DÉVELOPPEMENT AUTOUR DU 1000 BORNES
 - ▶ RECENTRAGE DU PUBLISHING

7

DE NOUVEAUX TERRITOIRES S'OUVRENT



Des jeux emblématiques depuis toujours à l'Antenne



Panoplie de mini-jeux gratuits, avec pub

LES JEUX

Boîtes de jeux



Nos jeux Antenne sont déclinés sur le Web : jouer et gagner

Lancement d'une offre de jeux et de paris online

DE L'UNIVERS DE JEUX ANTENNE / WEB AUX JEUX ET PARIS ONLINE EN FRANCE

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE





- JV 50/50 EUROSPORT - SERENDIPITY
- UN MARCHÉ À FORT POTENTIEL - Marché européen en 2012: 12,8 Md \$*
- UNE DÉRÉGLEMENTATION À VENIR EN 2009 EN EUROPE DONT LA FRANCE
- UN DÉVELOPPEMENT S'APPUYANT SUR LES ATOUTS DU GROUPE EUROSPORT
 - ▶ AMBITION : CRÉER UN ACTEUR PANEUROPÉEN DES JEUX D'ARGENTS
 - ▶ UNE NOUVELLE MARQUE : **EUROSPORTBET.COM**
 - ▶ UN LANCEMENT DE L'OFFRE AU 1^{er} SEMESTRE 2009 AU UK
 - ▶ OBJECTIF À COURT TERME : OBTENIR DES LICENCES DE JEUX EN ITALIE ET EN FRANCE
- SPS A OBTENU EN JANVIER 2009 UNE «FULL e-GAMING LICENCE» À ALDERNEY POUR OPÉRER AU UK

LES JEUX ET PARIS À L'ÉCHELLE EUROPÉENNE

INTRODUCTION

COMPTES 2008

2009 : INTENSIFICATION DES ACTIONS LANCÉES EN 2008

RÉORGANISER

RENOUVELER

REPOSITIONNER

RENTABILISER

PLAN D'ACTION STRATÉGIQUE

CONCLUSION

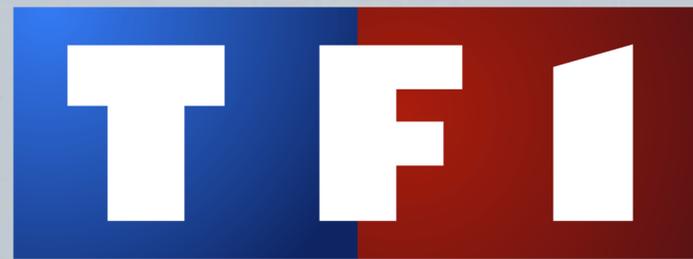
CONCLUSION

- Mobilisation générale sur les enjeux 2009
- Confirmation de nos objectifs de rentabilité à terme et de leadership
- Priorité à l'audience sur les plages clés
- Pilotage rigoureux du coût de grille
- Accélération des changements
- Poursuite de la rationalisation de nos développements
- Le 360 au cœur de notre stratégie

UN NUMÉRO UN AMBITIEUX

NOTRE AMBITION

- S'adresser à **tous** en fédérant autour de rendez-vous exclusifs et partagés avec la télévision grand spectacle
- Permettre à **chacun** de prolonger son expérience personnelle grâce au multimédia et à nos activités affiliées
- Se doter d'une **base de clients qualifiés** sur le web pour s'ouvrir à de nouvelles formes de commercialisation
- Améliorer nos **performances économiques** tout en investissant pour l'avenir



RÉSULTATS ANNUELS 2008

PRÉSENTATION AUX ANALYSTES DU 19/02/2009