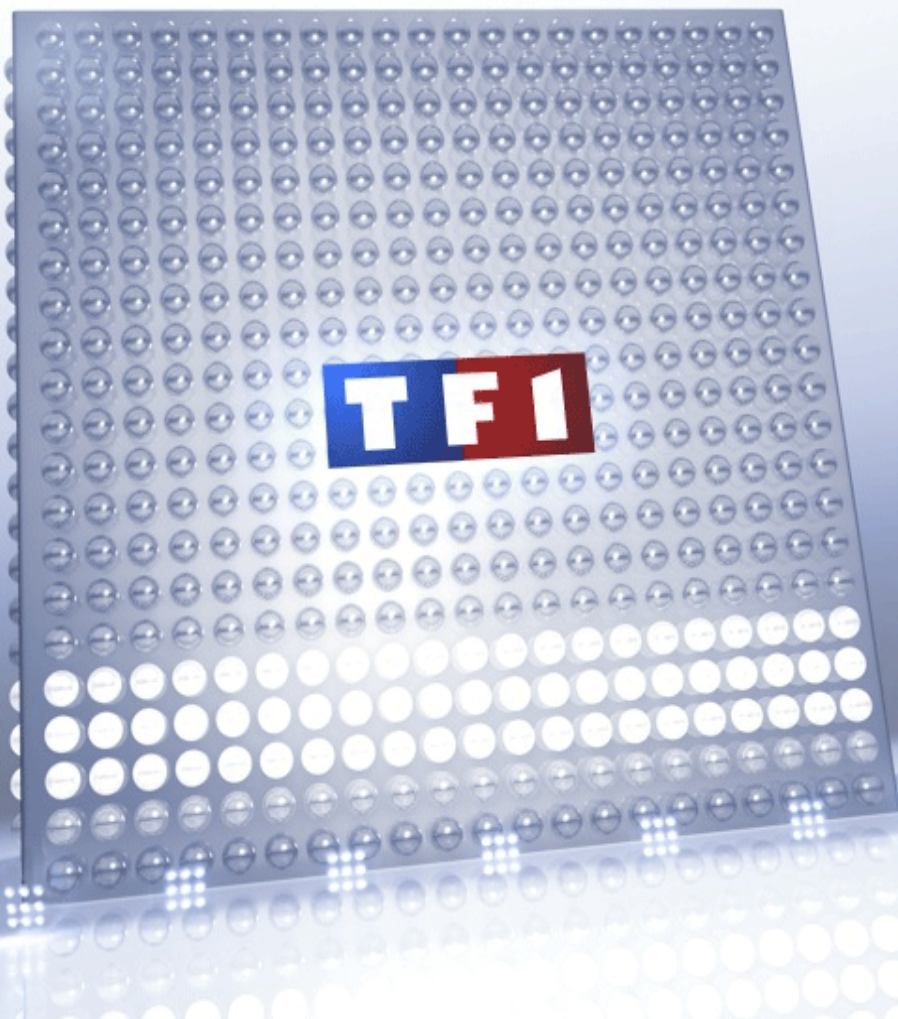


Présentation aux analystes des  
**Résultats annuels 2007**

21 février 2008



**Bilan 2007**

Comptes 2007

Orientations Stratégiques

# 2007 : un univers en mutation



1. **La montée en puissance de la TNT**
2. **L'augmentation de la consommation TV et Internet**
3. **Des modes de consommation multiples**
4. **L'arrivée de nouveaux entrants**
5. **Un marché publicitaire en évolution**

# 2007 : TF1 sur tous les fronts



## 1. Un leadership qui s'étend

- n° 1 des chaînes en clair : les 100 premières audiences
- n° 1 de la TNT avec TMC
- n° 1 des chaînes thématiques payantes avec Eurosport
- n° 1 des sites medias en France
- n° 1 des sites sportifs en Europe

## 2. Une croissance publicitaire sur tous les supports

- Antenne TF1 : + 0,6 %
- Thématiques : + 24 %
- Epub : + 77 %

## 3. La diversification moteur de la croissance

- Une performance supérieure aux attentes : + 10,5 % (chiffre d'affaires)

## 4. Des partenariats prometteurs

- AB : développer les synergies
- Overblog : s'engager auprès de jeunes entrepreneurs
- Eurosport/Yahoo! : un accord d'un nouveau type

# 2007 : l'année du changement



## 1. Une gouvernance nouvelle

- Séparation des fonctions de Président et Directeur Général
- Des instances de direction renouvelées
- Arrivée de nouveaux dirigeants

## 2. Une organisation en évolution

- Mise en place d'une direction des achats, des nouveaux médias, du marketing groupe, d'un GIE achats de droits,
- Refonte des pôles Musique, Fiction, Diffusion
- Intégration des Sports dans la direction de l'Info

## 3. Un management plus transversal

- Des chantiers d'optimisation sur 8 sujets majeurs
- Une révision des process internes
- Un contrôle des coûts renforcé et partagé : « optimax »
- Des méthodes de pilotage de projets

## 2007 : principaux faits marquants



- **4 janvier** : finalisation du rapprochement Canal+ France et TPS
- **21 janvier** : partenariat Yahoo ! – Eurosport
- **Avril** : prise de participation de 33,5 % dans Groupe AB
- **11 juin** : acquisition de 67,4 % du capital d'Aronet éditeur de «embauche.com»
- **16 Juillet** : acquisition de 100 % de l'éditeur de jeux Dujardin
- **Novembre** : désengagement de TF1 Entreprises dans Planète Media (magazine « Côté Mômes »)  
fermeture de la chaîne de jeux JET  
attribution d'une licence HD
- **Janvier 2008** : annonce de la transformation de la chaîne jeunesse TFou en Web TV



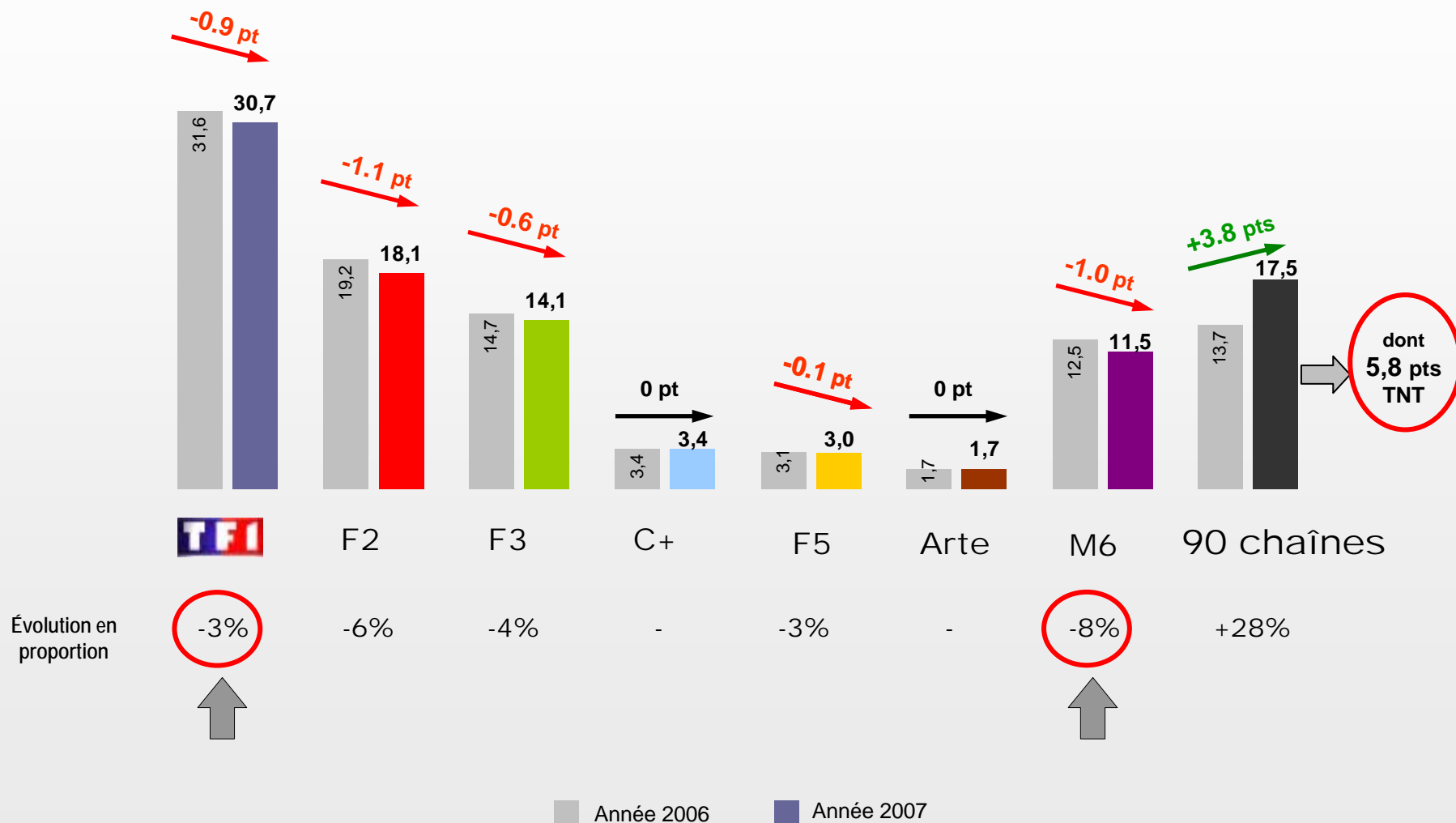
La chaîne



# TF1 : le meilleur bilan des chaînes nationales



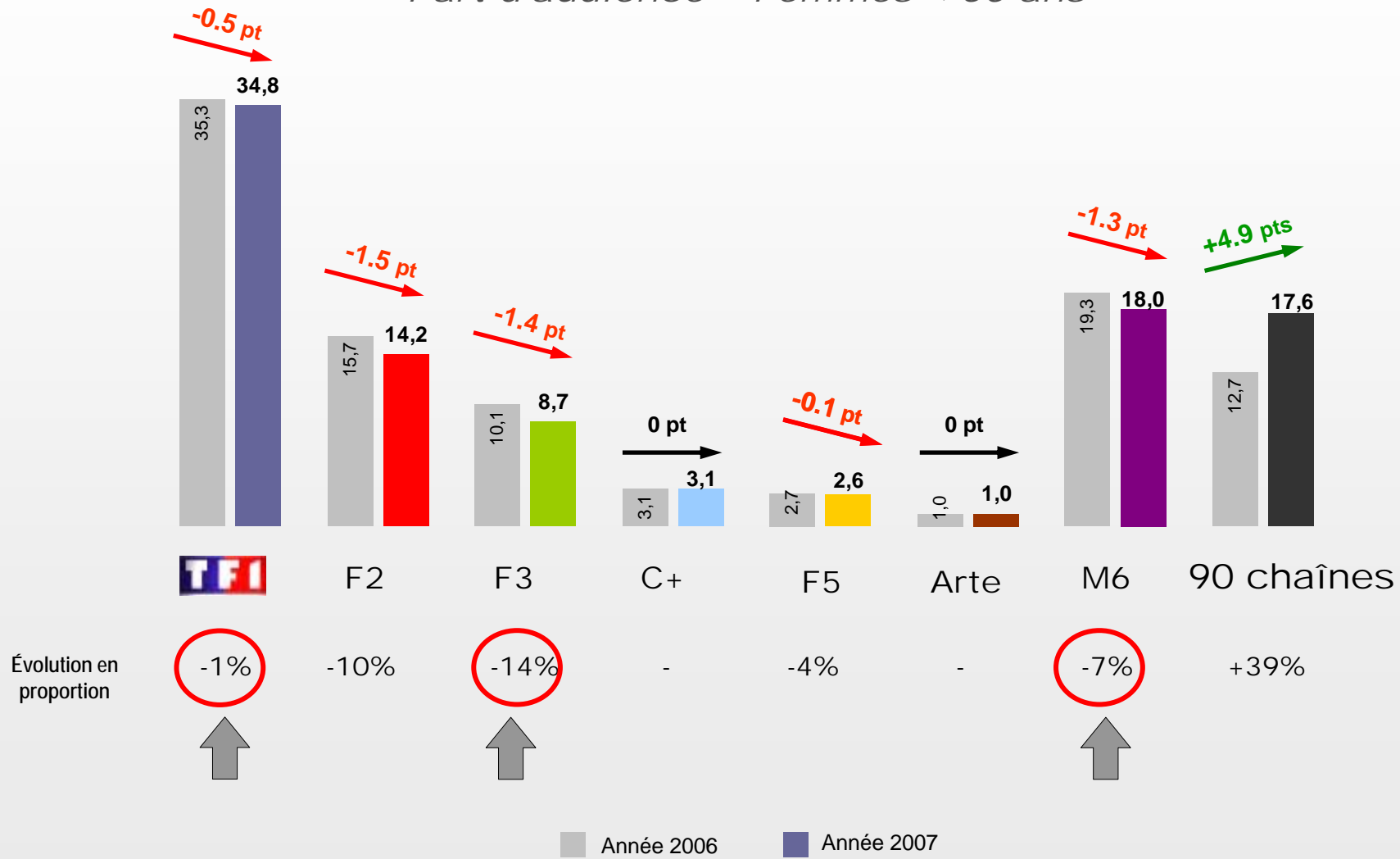
Part d'audience - Individus 4 ans ou +





# TF1 confirme son leadership sur la cible publicitaire

Part d'audience - Femmes < 50 ans

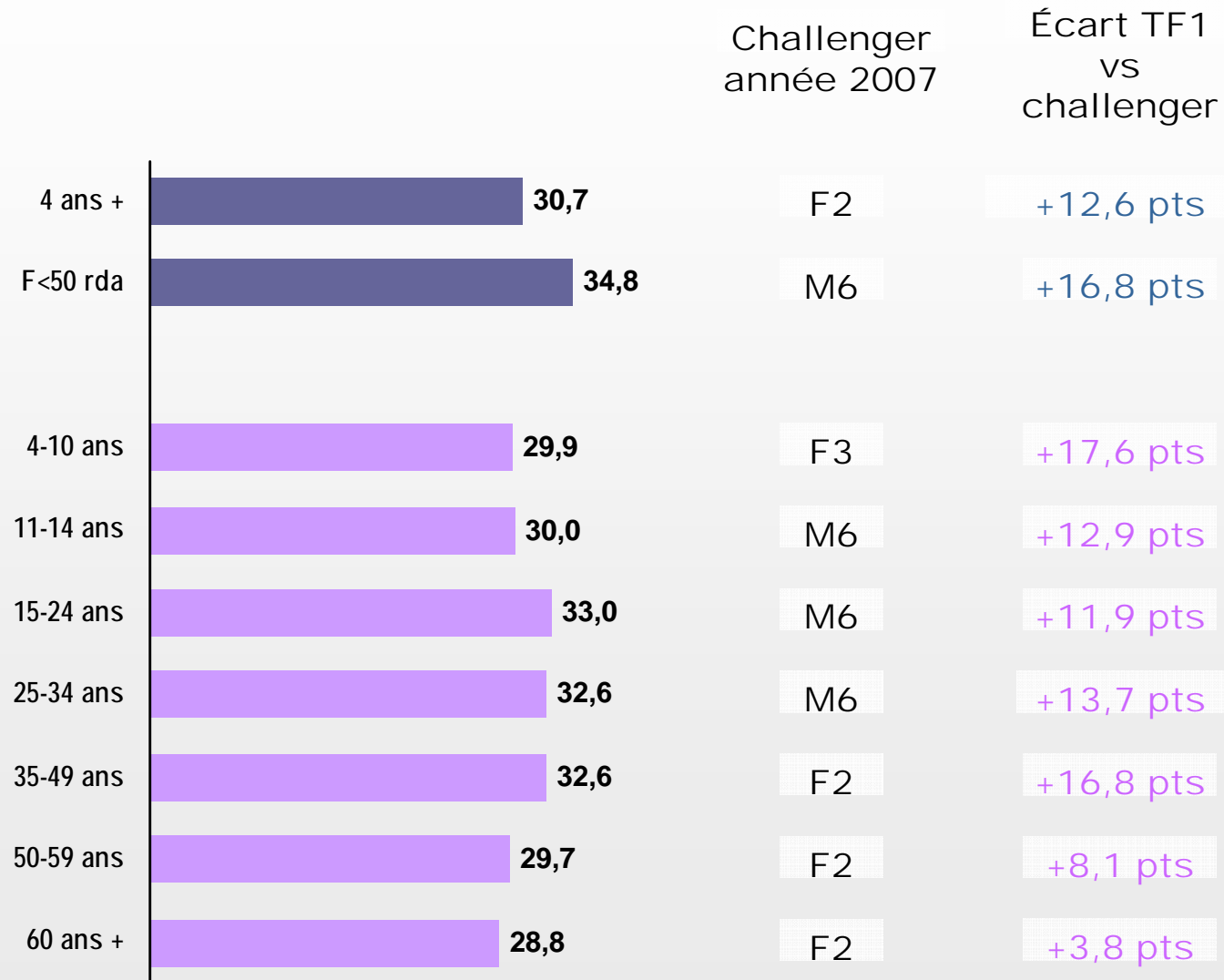


- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

# TF1 : une position unique



## TF1 : Leader sur tous les publics



# TF1 : la diversité, atout majeur de nos programmes

## 100 des 100 premières audiences TV

- 14 émissions de Sport (*rugby et football*)
- 48 séries US
- 12 fictions françaises
- 11 émissions d'information
- 11 films
- 4 variétés / divertissement / jeux



# TF1 : une position unique



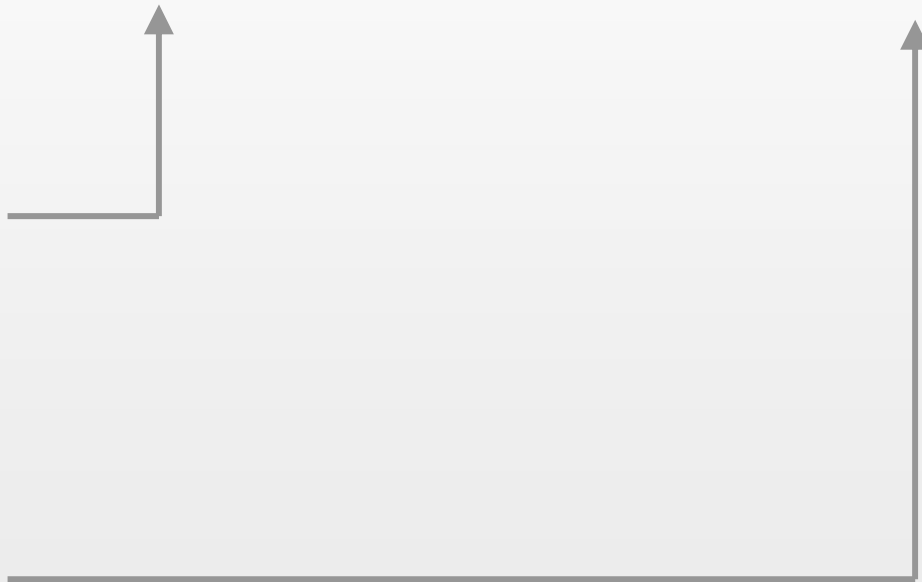
**TF1**  
PRIME TIME  
7,1m

F2  
PRIME TIME  
4,3m

M6 PRIME TIME 3,5m	F3 PRIME TIME 3,3m	90 chaînes AUTRES TV PRIME TIME 3,3m
--------------------------	--------------------------	---

**TF1**  
ACCESS  
4,3m

**TF1**  
2ème P.S.  
3,4m



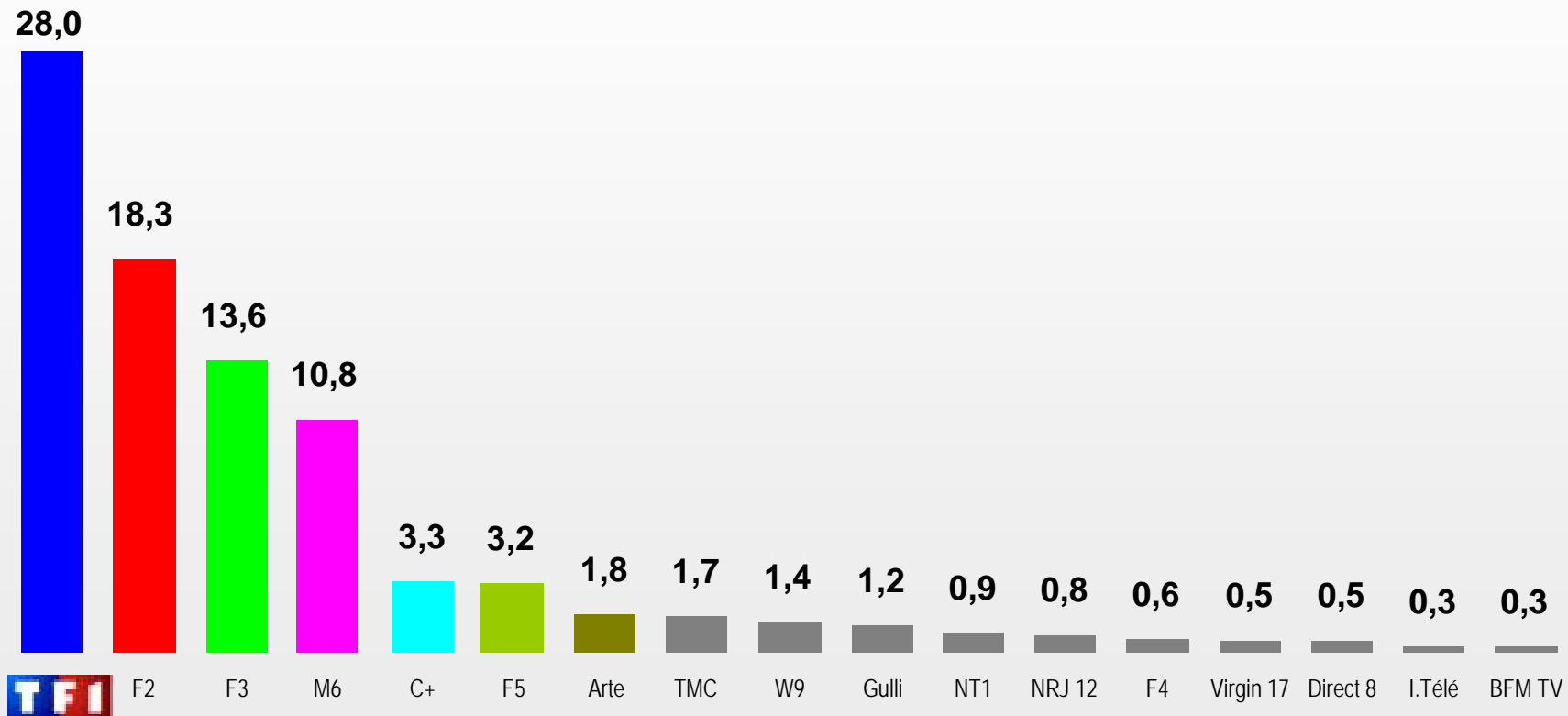
- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

Source Médiamétrie / Médiamat (2007)  
Tranches horaires : Access (18h15/19h45) – Prime Time (21h/22h45) – 2ème partie de soirée (22h45/24h30)

# Janvier 2008 : TF1 confirme son leadership dans un univers fragmenté



*PdA Individus 4 ans ou + NATIONAL  
Univers TNT hertzien  
JANVIER 2008*



- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

# Le succès de la TNT en 2007



## Une initialisation renforcée

- 7,1 M de foyers connectés
  - Une couverture de 83%
- } fin décembre 2007

## Un fort investissement dans les programmes

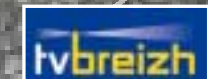
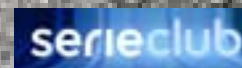
- Cinéma, sport, flux

## Une structure d'audience déjà mature

- Au lancement : surtout les hommes et les enfants
- Désormais : aussi les femmes et les seniors

**Un effet découverte / curiosité mais une économie fragile**

# un pôle de chaînes thématiques performant





la chaîne leader de la TNT



## La généraliste incontestée avec

- des séries récentes et inédites
- du cinéma de qualité
- des programmes de + en + originaux (flux et magazines)

## Des performances exceptionnelles

- part d'audience 2007 : 3,5%, avec un record à 4% en décembre
- les 20 meilleures audiences des chaînes de la TNT en 2007
- une croissance du chiffre d'affaires spectaculaire : + 85%

## Une réussite économique

- une forte dynamique publicitaire
- 1<sup>er</sup> résultat positif depuis sa création : résultat opérationnel de 0,9 M€

**TMC : 7ème chaîne nationale en 2007**

**Objectif : devenir la 5<sup>ème</sup> chaîne**



# Un pôle de chaînes payantes à l'équilibre



**: La chaîne leader du câble & du satellite**



**: La chaîne leader sur les cibles publicitaires (Mén.15-49 ans / Mén.+enf.) sur le câble & le satellite**



**: Une initialisation qui a doublé (arrivée sur CanalSat)  
La chaîne leader des jeunes adultes sur le câble et le satellite (15-49 ans)**



**: Une initialisation qui a doublé (arrivée sur CanalSat)  
Un changement de grille éditoriale bénéfique à la chaîne**



**: Stabilité dans des univers très concurrentés**



**: Une forte progression de l'initialisation via l'arrivée sur Canalsat**



**La progression  
continue  
de TF1  
sur le web**

# En 2007, TF1 network s'est installé dans les 10 premiers du web français

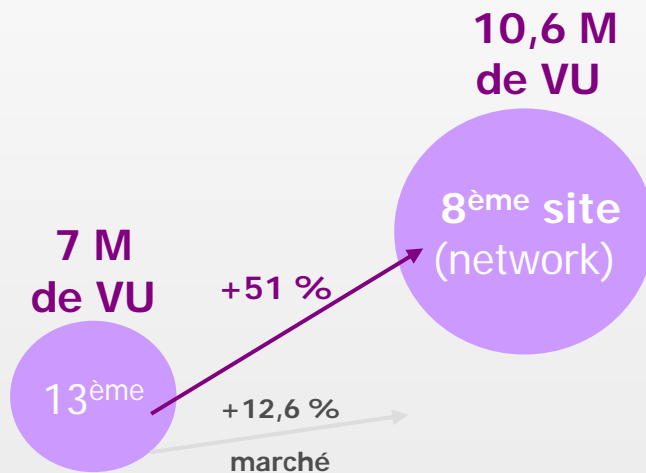


**TF1 Network**  
8<sup>ème</sup> offre du web français

Les thématiques **TF1**  
toutes dans le top 3

Janv. 2007

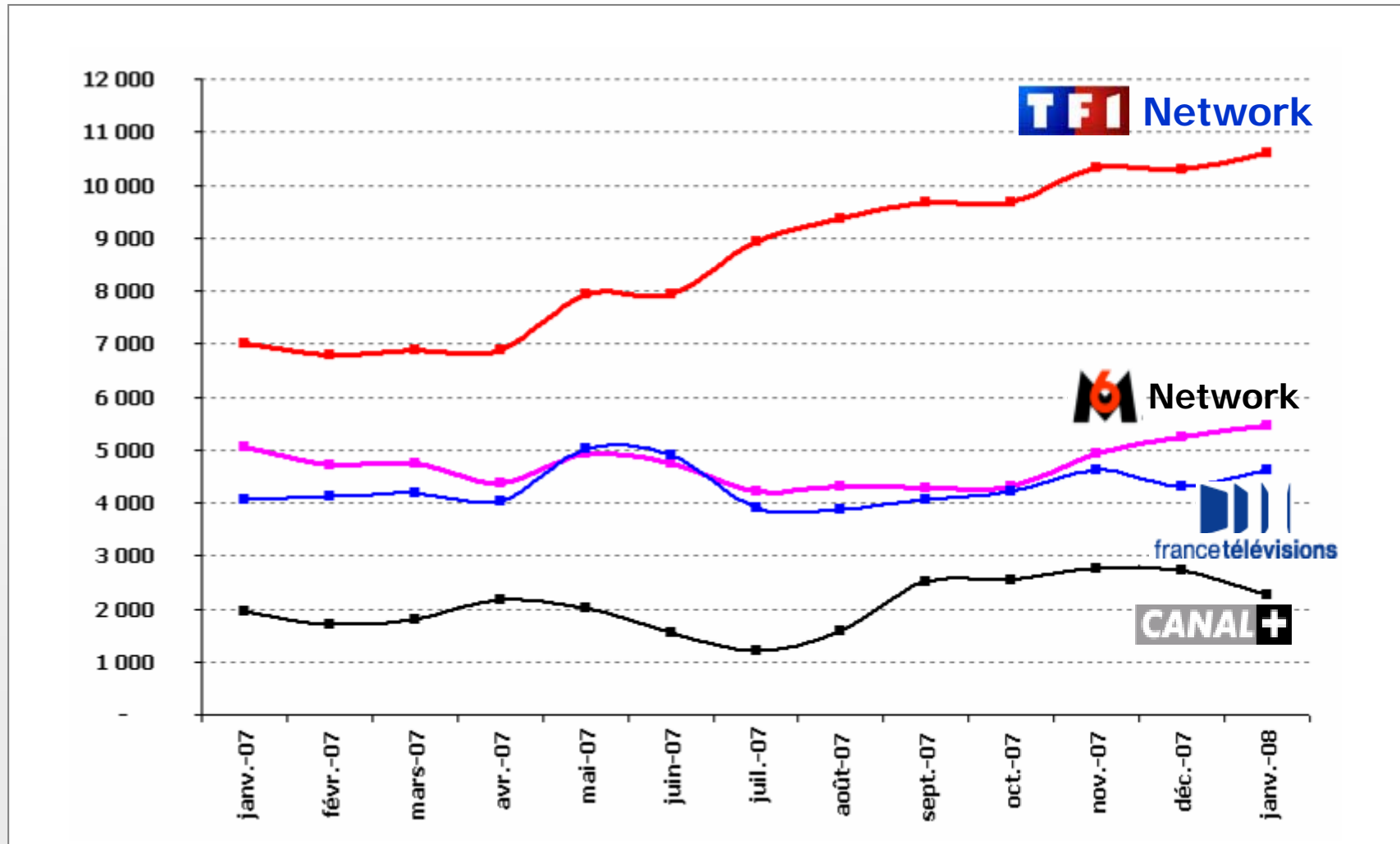
Janv. 2008



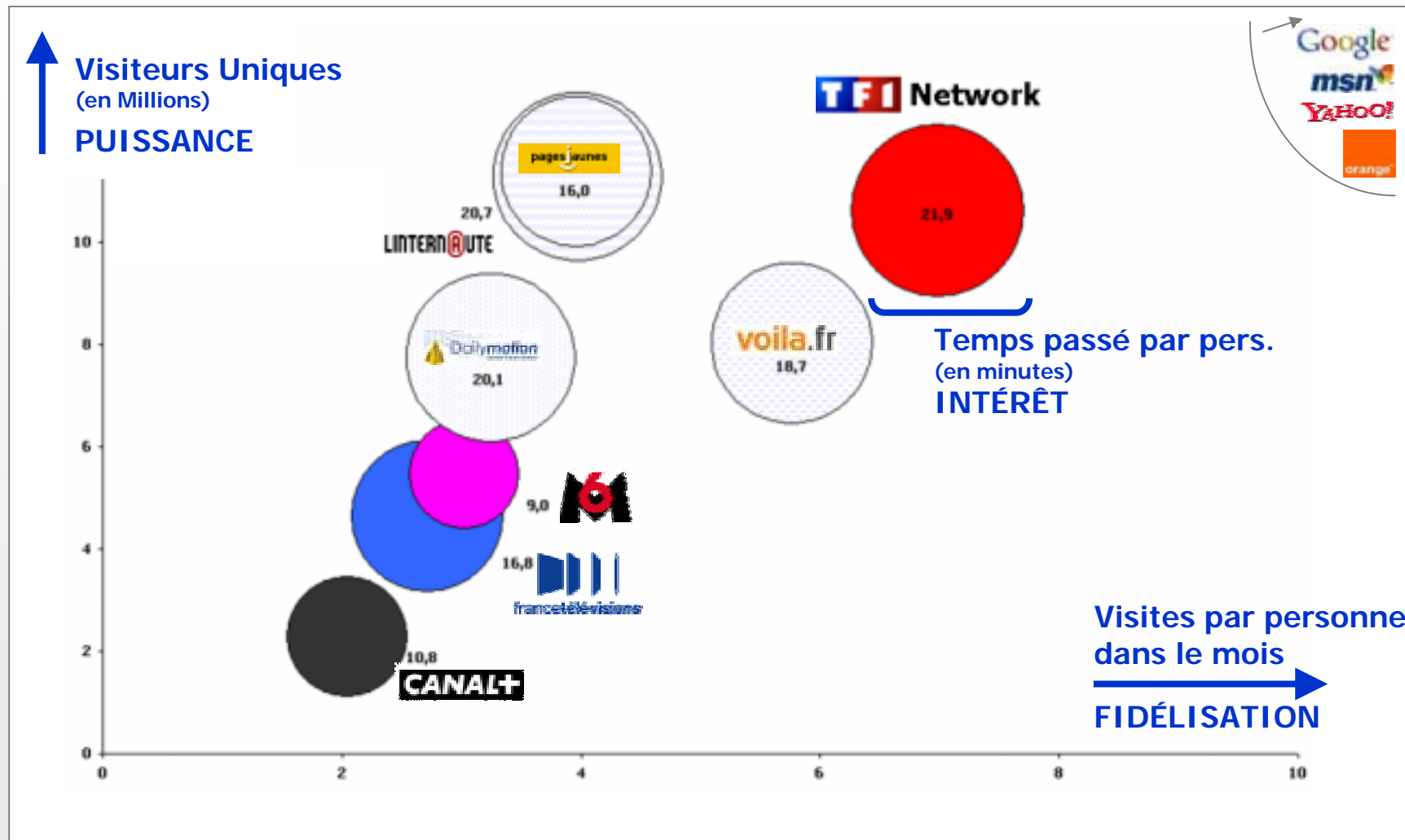
Classement janv. 2008

	▷▷	3 <sup>ème</sup> site news
	▷▷	2 <sup>ème</sup> site sports
	▷▷	3 <sup>ème</sup> site jeunesse
	▷▷	3 <sup>ème</sup> site féminin
	▷▷	3 <sup>ème</sup> plateforme vidéo
	▷▷	2 <sup>ème</sup> plateforme blogs

# En 2007, TF1 a développé son audience plus vite que tous ses concurrents



# En 2007, TF1 a développé son audience plus vite que ses concurrents





# EUROSPORT : un nouveau leader du net en Europe



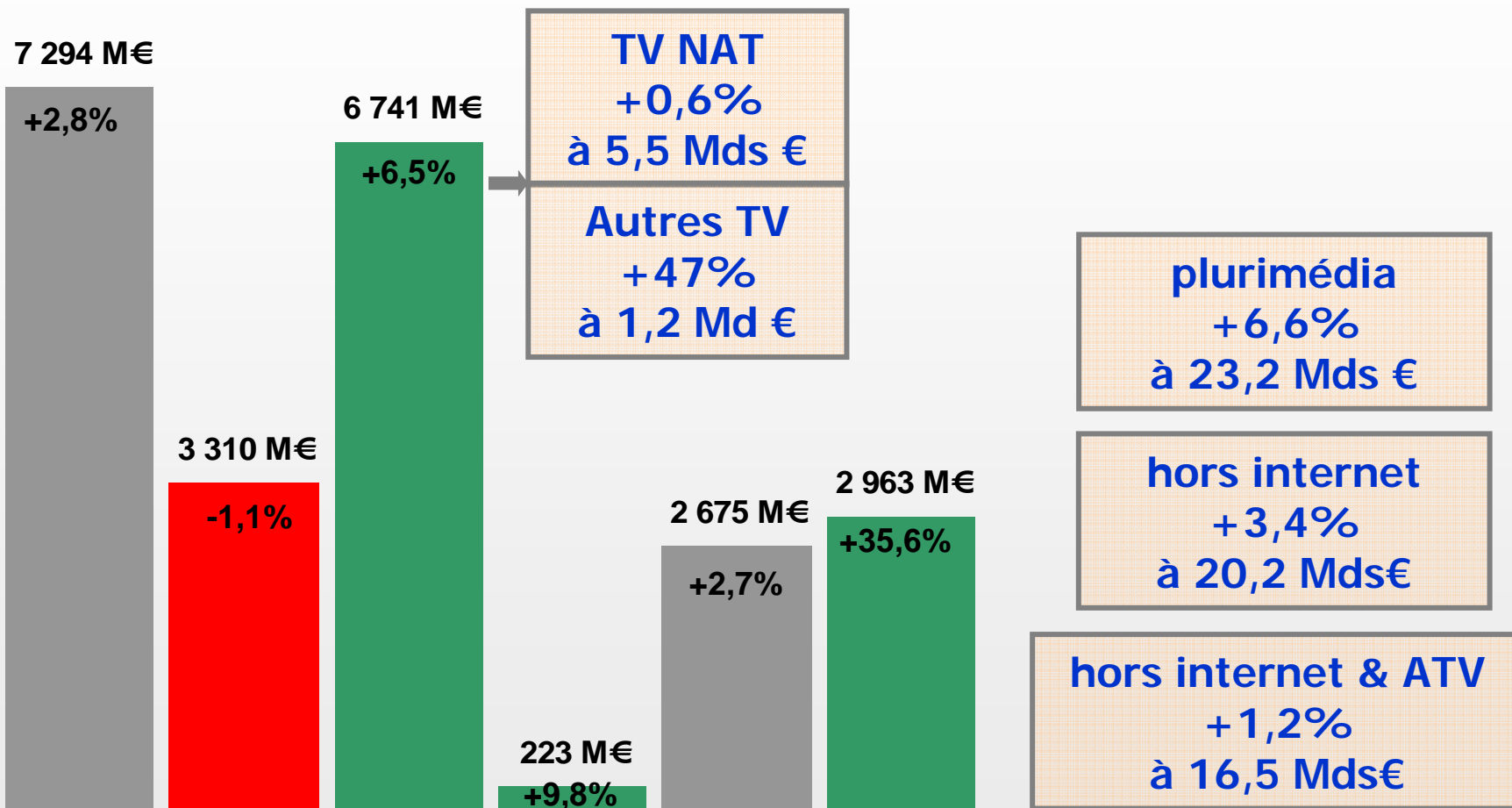
En milliers de Visiteurs Uniques <sup>(1)</sup>

1	Eurosport Network	7 117
2	BBC Sport	6 719
3	Yahoo! Sport	6 466
4	SkySports.com	4 088
5	Marca	3 558

**+ 40% de VU entre juin et décembre 2007**  
*depuis l'accord avec Yahoo!*



# Internet et les Autres TV soutiennent la croissance des investissements plurimédia bruts



Cinéma

Affichage



Source : TNS Media Intelligence – 2007 vs 2006 - Investissements bruts par medias en 2007

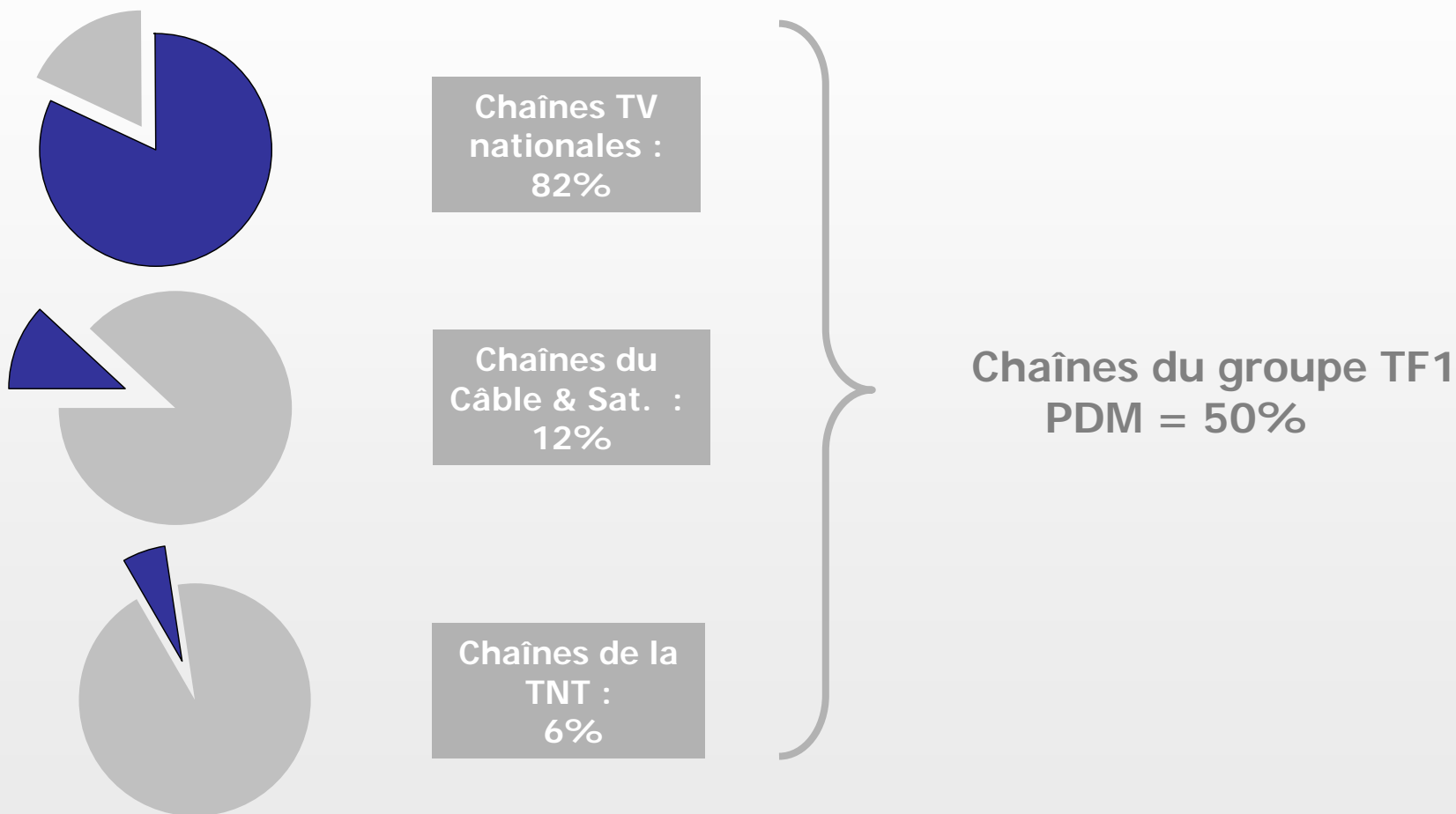


# TF1 maintient ses positions



Marché de la télévision

(répartition des investissements bruts)



- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

# Année publicitaire 2007



## TF1 tire profit de la croissance des nouveaux médias



+2,0%



+0,6%  
à 1 718 m€



thématiques  
France  
+24%  
à 92 m€



E - pub  
+77%  
à 18 m€

# Les principaux mouvements sur TF1 en 2007

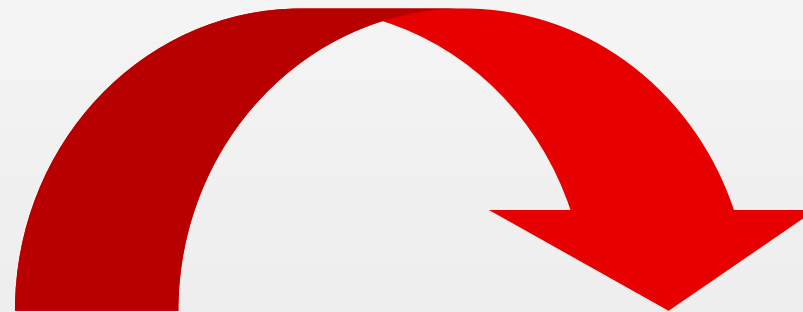


- ▶ Edition (- 26,4%)
- ▶ Parrainage (- 6,4%)
- ▶ Espace classique en hausse : (+3,1%)

*distribution  
hygiène-beauté  
banques-assurances*



*édition  
télécoms  
automobile*



# La grande distribution : un potentiel de croissance



- 5,3% des investissements TV soit 292 m€
- 56% publicité institutionnelle et 44% publicité produits
- PDM TF1 de 58,6 %



**1<sup>er</sup> secteur investisseur plurimédia (2,8 Mds€)**

**PDM TV en 2007 : 12,7% vs ~ 30% pour le marché en moyenne**



**La diversification  
moteur de la  
croissance 2007**

Chiffre d'affaires\* TF1 Entreprises : 40,5 M€(+ 5,7%)



- ▶ Développer des revenus à partir des programmes créés et/ou diffusés par les chaînes du groupe,
- ▶ Commercialiser des marques à fort potentiel dotées d'une notoriété et d'un positionnement multi cibles,
- ▶ Éditer les musiques de l'Antenne



Acquisition de Dujardin  
> 200 jeux au catalogue



Chiffre d'affaires\* : 153,1 M€ (+ 38,7%)



**Chiffre d'affaires\* TF1 Vidéo en 2007 : 166,7 M€(+ 5,6%)**

**23 millions de vidéogrammes vendus en 2007**

**Marché de la Vidéo\*\* : - 10,7% en valeur**

**Forte progression du « Film » en 2007 : +20% (vs. 2006)**

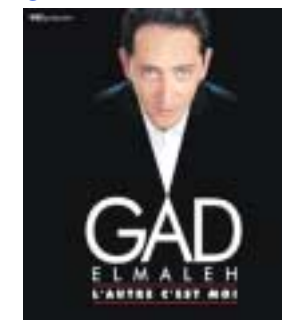


**Plateforme VOD la plus innovante et la plus distribuée du marché**

**Taux de croissance du chiffre d'affaires 2007 à 3 chiffres**



**400 000 clients / 4 000 programmes**



\* Données consolidées Groupe  
\*\* Fin décembre 2007 – Source GFK





**Chiffre d'affaires\* TF1 International en 2007 : 87,7 M€(+ 33,4 %)**



## Composition du chiffre d'affaires 2007

Films « Frais »  
59%

Vente de programmes TV  
14%

Vente catalogues de long-métrages  
27%

# Eurosport : une expansion internationale régulière

La chaîne de référence, la plus connue et la mieux distribuée en Europe



**Chiffre d'affaires 2007\* Eurosport International : 272,5 M€ (+5,2%)**

**Chiffre d'affaires\* 2007 Groupe Eurosport : 339,3 M€ (+5,8%)**

**Résultat opérationnel 2007 Eurosport International : 32,3 M€ (+8,4%)**

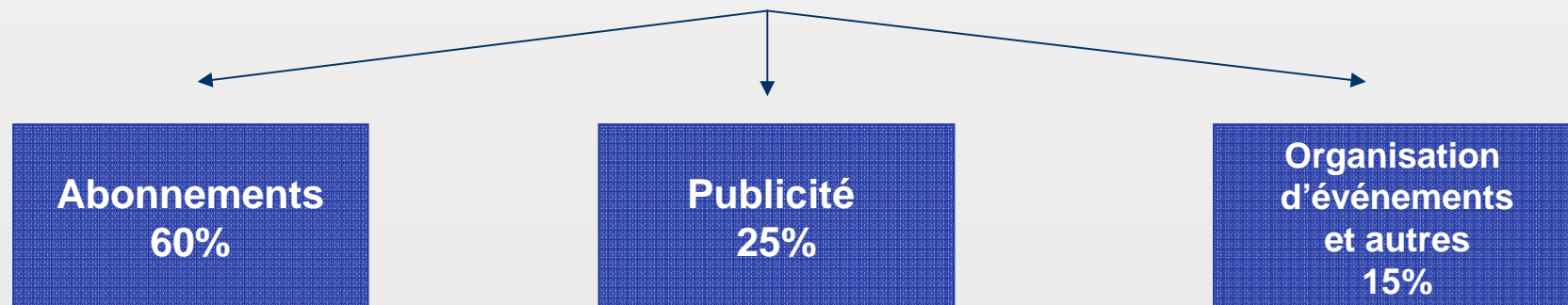
**ROP\* 2007 Groupe Eurosport : 34,8 M€ (+16,6%)**

112 millions de foyers

68 millions d'abonnés

59 pays / 20 langues

## Composition du chiffre d'affaires Eurosport International 2007



Bilan 2007

**Comptes 2007**

Orientations Stratégiques

# Évolution du chiffre d'affaires



M€	2007	2006	Var	Var %
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>2 763</b>	<b>2 654</b>	<b>109</b>	<b>+ 4,1%</b>
<b>CA Publicité TF1 SA</b>	<b>1 718</b>	<b>1 708</b>	<b>10</b>	<b>+ 0,6%</b>
<b>CA Diversification</b>	<b>1 045</b>	<b>946</b>	<b>99</b>	<b>+ 10,5%</b>
<i>Détails du CA Pub Groupe</i>				
<b>Antenne TF1</b>	<b>1 718</b>	<b>1 708</b>	<b>10</b>	<b>+ 0,6%</b>
<b>Thématiques France</b>	<b>92</b>	<b>74</b>	<b>18</b>	<b>+ 24,3%</b>
<b>Internet France</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>+ 80%</b>
<b>Eurosport international</b>	<b>72</b>	<b>79</b>	<b>(7)</b>	<b>- 8,9%</b>
<b>Chiffre d'affaires pub total</b>	<b>1 900</b>	<b>1 871</b>	<b>29</b>	<b>+ 1,6%</b>

# Coût de grille Antenne TF1



M€	2007	2006	Var	Var %
<b>Total coût de grille *</b>	<b>1 024,2</b>	<b>1 060,1</b>	<b>(35,9)</b>	<b>(3,4%)</b>
<b>Evénements sportifs</b>	<b>49,9</b>	<b>113,6</b>	<b>(63,7)</b>	<b>(56,1%)</b>
<b>Total hors événements sportifs</b>	<b>974,3</b>	<b>946,5</b>	<b>27,8</b>	<b>2,9%</b>
Variétés / Jeux / Magazines	254,5	265,3	(10,8)	(4,1%)
Fictions / Téléfilms / Séries/ Théâtre	290,1	279,1	11,0	3,9%
Sports ( <i>hors Coupes du Monde</i> )	146,2	146,5	(0,3)	(0,2%)
Informations	119,2	114,4	4,8	4,2%
Films	138,8	114,7	24,1	21,0%
Jeunesse	25,5	26,5	(1,0)	(3,8%)

# Compte de résultat consolidé (1/2)



M€	2007	2006	Variation	Var %
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>2 763,6</b>	<b>2 653,7</b>	<b>109,9</b>	<b>4,1%</b>
Total coût de la grille	(1 024,2)	(1 060,1)	35,9	(3,4%)
Total autres charges d'exploitation	(1 304,9)	(1 181,3)	(123,6)	10,5%
<b>EBITDA</b> <i>marge</i>	<b>434,5</b> <b>15,7%</b>	<b>412,3</b> <b>15,5%</b>	<b>22,3</b>	<b>5,4%</b>
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(129,3)	(111,5)	(17,8)	16,0%
<b>Résultat opérationnel</b> <i>marge</i>	<b>305,2</b> <b>11,0%</b>	<b>300,8</b> <b>11,3%</b>	<b>4,4</b>	<b>1,5%</b>

# Compte de résultat consolidé (2/2)



M€	2007	2006	Variation	Var %
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>305,2</b>	<b>300,8</b>	<b>4,4</b>	<b>1,5%</b>
Coût de l'endettement financier net	(21,4)	(11,6)	(9,8)	84,5%
Autres produits et charges financiers	28,7	(4,9)	33,6	ns
Impôt	(93,0)	(98,7)	5,7	(5,8%)
QP résultat des sociétés mises en équivalence	8,3	13,1	(4,8)	(36,6%)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>227,8</b>	<b>198,7</b>	<b>29,1</b>	<b>14,6%</b>
Résultat net d'impôt des activités abandonnées	-	253,6	-	-
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>227,8</b>	<b>452,3</b>	<b>(224,5)</b>	<b>(49,6%)</b>
Part des minoritaires	-	(0,2)	(0,2)	ns
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>227,8</b>	<b>452,5</b>	<b>(224,7)</b>	<b>(49,7%)</b>

# Bilan consolidé



<b>ACTIF consolidé (M€)</b>	<b>31/12/07</b>	<b>31/12/06</b>	<b>Var</b>
<b>Total actifs non courants</b>	<b>1 844,5</b>	<b>1 532,6</b>	<b>311,9</b>
<b>Total actifs courants</b>	<b>1 807,2</b>	<b>2 128,0</b>	<b>(320,8)</b>
<b>Total actif</b>	<b>3 651,7</b>	<b>3 660,6</b>	<b>(8,9)</b>
<b>PASSIF consolidé (M€)</b>	<b>31/12/07</b>	<b>31/12/06</b>	<b>Var</b>
<b>Total capitaux propres</b>	<b>1 394,0</b>	<b>1 358,0</b>	<b>36</b>
<b>Total passifs non courants</b>	<b>653,1</b>	<b>540,8</b>	<b>112,3</b>
<b>Total passifs courants</b>	<b>1 604,6</b>	<b>1 761,8</b>	<b>(157,2)</b>
<b>Total passif</b>	<b>3 651,7</b>	<b>3 660,6</b>	<b>(8,9)</b>
<b>Endettement financier net TOTAL GROUPE</b>	<b>597,3</b>	<b>378,5</b>	<b>218,8</b>
<b>Gearing</b>	<b>42,8%</b>	<b>27,9%</b>	



# Tableau de Flux de trésorerie consolidé



Tableau de Flux de trésorerie résumé (M€)	31/12/07	31/12/06
<b>Résultat de l'exercice *</b>	<b>227,8</b>	<b>198,7</b>
CAF avant charge d'intérêt et IS	393,4	393,0
Impôts versés	(99,8)	(112,0)
Variation de BFR lié à l'activité	34,4	42,4
<b>Flux de trésorerie généré par l'activité</b>	<b>328,0</b>	<b>323,4</b>
<b>Flux de trésorerie lié aux opérations d'investissement</b>	<b>(332,3)</b>	<b>(192,8)</b>
<b>Flux de trésorerie lié aux opérations de financement</b>	<b>(235,0)</b>	<b>(33,8)</b>
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>(241,9)</b>	<b>96,8</b>
<b>Trésorerie au début de l'exercice</b>	<b>271,8</b>	<b>175,0</b>
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice</b>	<b>29,9</b>	<b>271,8</b>

\* Résultat net des activités poursuivies

# Prévision du chiffre d'affaires 2008



M€	2006	2007	2008	Var. 08/07
Chiffre d'affaires consolidé	2 654	2 763	2 830	+ 2,4%

Bilan 2007

Comptes 2007

**Orientations Stratégiques**

- 1. Améliorer nos performances**
2. TF1 éditeur d'avenir
3. Investir pour maîtriser nos contenus
4. Agir en média global

# 1. Améliorer nos performances



## ➤ Poursuivre l'optimisation de nos moyens :

- Organisation / méthodes de travail
- Synergies / transversalité
- Coûts : des programmes, au train de vie
- Compétences : accueil des nouveaux talents

**Une mobilisation générale autour du plan « optimax »**

# 1. Améliorer nos performances



## ➤ Allier davantage croissance et rentabilité

- Sélectivité accrue dans nos choix
- Recherche d'activités à l'atteinte du ROI plus rapide
- Maîtrise des coûts de développement
- Exploitation de nos savoir-faire sur de nouveaux terrains de jeux

### 2 objectifs d'ici à 4/5 ans

**50% du chiffre d'affaires groupe issu de la diversification**

**EBITDA / chiffre d'affaires ~ 20%**

# 1. Améliorer nos performances



## ➤ Tirer parti de la nouvelle réglementation

**Dégager des marges de manœuvre**

Révision des obligations de production/ diffusion

### REGLEMENTATION

Production / publicité / anti-concentration

**Conquérir de nouveaux budgets**

Transposition directive européenne (SMA)

+

Suppression des écrans publicitaires sur le service public

**Nous développer dans notre métier**

Assouplissement du dispositif anti-concentration

# 1. Améliorer nos performances



## ➤ Structure de nos charges

M€	2007	
Chiffre d'affaires consolidé	2 763	62% : publicité Antenne TF1 38% : diversifications
Charges opérationnelles TF1 SA	(1 508)	30% obligations de production / diffusion et taxes (~ 460 M€) = <b>lié à la réglementation</b> 40% de programmes « libres » (~ 650 M€) = <b>objectif de stabilisation</b> 30% charges (~ 400 M€) = <b>optimisation</b>
Charges de diversifications	(950)	



# 1. Améliorer nos performances



## ➤ Le potentiel de croissance du chiffre d'affaires

M€	2007	
Chiffre d'affaires consolidé	2 763	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Meilleure monétisation de notre audience</b></li><li>• <b>Extension du périmètre de la régie publicitaire : on line, autres TV, presse, ...</b></li><li>• <b>Croissance externe et organique</b></li><li>• <b>Suppression de la publicité sur FTV</b></li><li>• <b>Transposition de la directive européenne</b></li><li>• <b>Assouplissement du dispositif anti-concentration</b></li><li>• <b>Lancement anticipé du canal supplémentaire</b></li><li>• <b>Acquisition d'une autre chaîne TNT ?</b></li></ul>

# 1. Améliorer nos performances



## ➤ Le potentiel d'amélioration de la rentabilité

M€	2007	
Charges opérationnelles TF1 SA	(1 508)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Stabilisation du coût de la grille</li><li>• Renégociations des contrats (flux et sports)</li><li>• GIE achats de droits</li><li>• Politique d'achats</li><li>• Gestion quotidienne</li><li>• Evolution des obligations de production</li><li>• Evolution des obligations de diffusion</li><li>• Baisse du coût de diffusion TDF post switch off</li></ul>
Charges de diversifications	(950)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Politique d'achats</li><li>• Gestion quotidienne</li><li>• Arrêt d'activités non rentables</li></ul>

1. Améliorer nos performances
2. **TF1 éditeur d'avenir**
3. Investir pour maîtriser nos contenus
4. Agir en média global

## 2. TF1 éditeur d'avenir



### ➤ Développer notre offre en clair

- conforter le leadership de TF1
- faire de TMC la 5<sup>ème</sup> chaîne nationale
- préparer notre « canal complémentaire »
- acquérir une chaîne supplémentaire ?

## 2. TF1 éditeur d'avenir



### ➤ **Consolider notre offre payante**

- **développer Eurosport vers l'Est et l'Asie**
- **refondre l'éditorial des chaînes Histoire, Odyssée et Ushuaïa**
- **réinventer le modèle de LCI en optimisant les synergies avec TF1**

## 2. TF1 éditeur d'avenir



### La chaîne TF1 : la télévision grand spectacle...

#### ▶ Attribution par le CSA d'un canal HD

Disponible gratuitement sur la TNT en octobre 2008

Plus de 1000 heures de programmes en HD native

50% programmes HD en 2009

#### ▶ 16/9

75 % de la grille de programmes fin 2008 vs 45% fin 2007

#### ▶ VO, VOST

15 programmes par mois (séries US et films)

#### ▶ Accessibilité

60 % des programmes sous-titrés sourds et malentendants et lancement de l'audio-description

**TF1 va rester une chaîne unique**



1. Améliorer nos performances
2. TF1 éditeur d'avenir
- 3. Investir pour maîtriser nos contenus**
4. Agir en média global

# 3. Investir pour maîtriser nos contenus



## ➤ Par des contrats à long terme :

- 10 des 15 séries US les plus puissantes
- Accords avec les principaux majors US et producteurs français
- F1 (2012) - Rugby (2011) - Football (2010/2014)

## ➤ Par des partenariats équilibrés avec les producteurs

- Dans les flux (Endemol, ...)
- En fiction (retrouver des parts de co-production, ...)

## ➤ Par une production interne active

- Mise en place de TF1 Formats : veille, co-développement, création
- Montée en puissance du pôle production



### 3. Investir pour maîtriser nos contenus



#### Libérer la créativité et le savoir-faire internes

#### Le pôle production



Fictions



Magazines



Magazines  
d'information  
et de sport



Variétés  
Divertissements  
Téléréalité  
Spectacles



Bandes-annonces  
Publicité et  
Sponsoring

Un ensemble à fort potentiel

1. Améliorer nos performances
2. TF1 éditeur d'avenir
3. Investir pour maîtriser nos contenus
4. **Agir en média global**

## 4. Agir en média global



### ➤ Les nouveaux médias au cœur de notre offre

**1** Multiplier les rebonds entre nos Antennes et le Web, la TV mobile, la TVIP

« Nos programmes partout, tout le temps, sous toutes les formes »

**2** Continuer d'investir le terrain des pure-players du web 2.0 et du e-commerce

« Notre savoir-faire sur tous les terrains de jeux »

**Créer de nouvelles relations avec tous les publics**

## 4. Agir en média global



### Le rebond Antenne / web : déjà une réalité



- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

**Approche multimédia dès le projet d'écriture, de production, d'acquisition**

# 4. Agir en média global



## Le rebond Antenne / web : déjà une réalité



- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

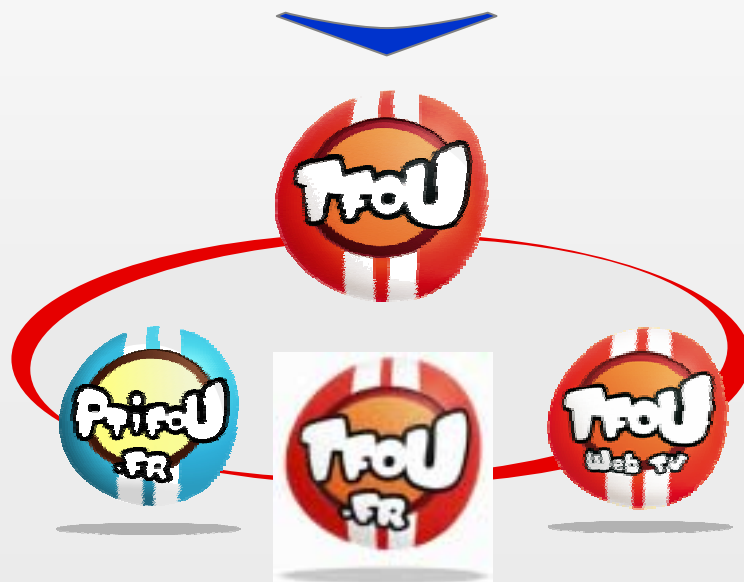
**Créer une fidélisation et une proximité nouvelles entre le média et ses publics**  
**Développer les échanges avec les « téléspect'acteurs »**

# TFOU, d'une émission sur TF1 au pilote du média global

**TFOU crée des rebonds entre l'Antenne et tous les supports  
Un modèle précurseur**

Véritable marque  
multimédia

Production de programmes  
originaux mixant  
Web , TV et produits dérivés



## 4. Agir en média global



### Elargir notre offre pure - player

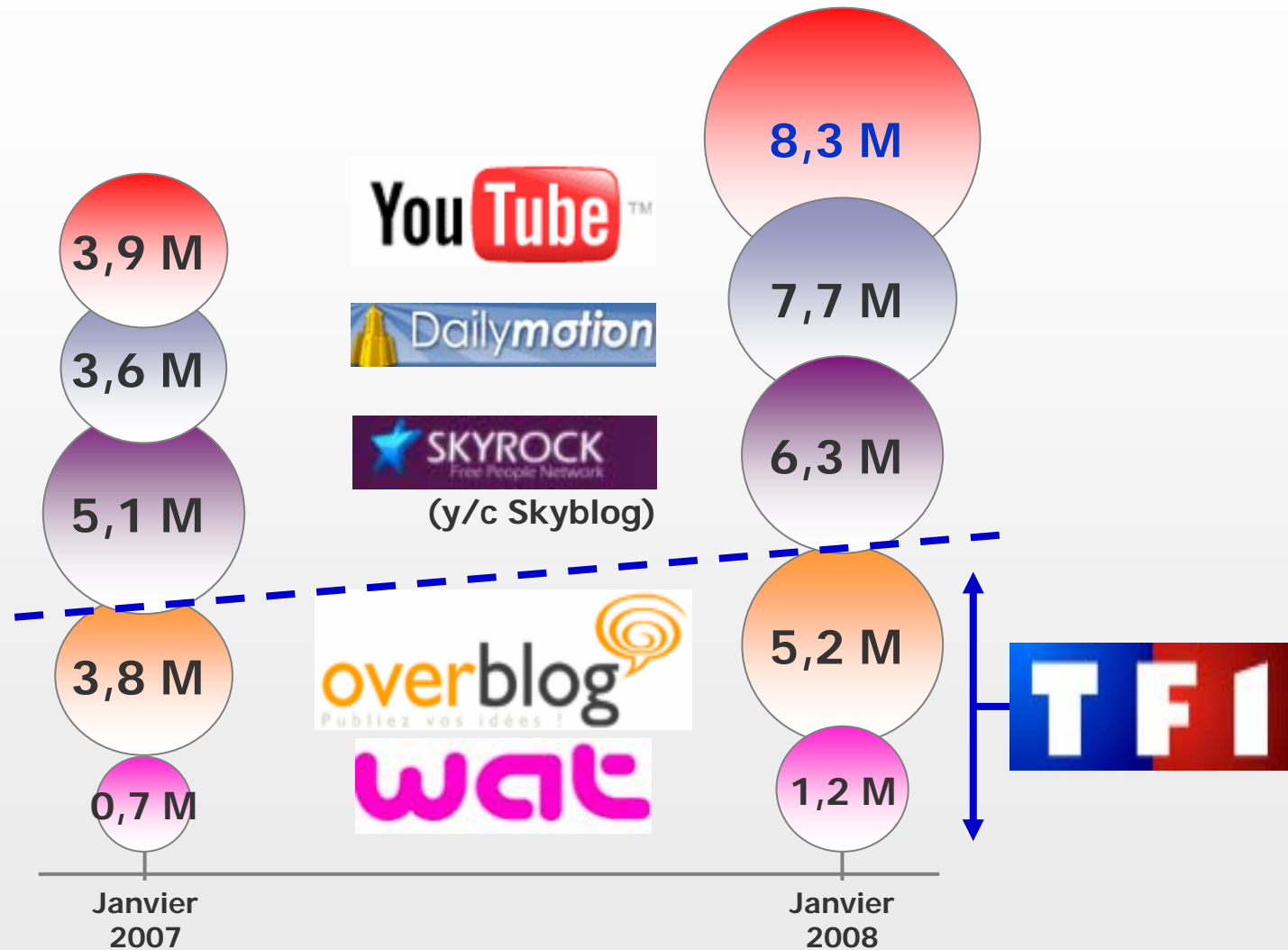


Répondre aux attentes multiples des internautes et des annonceurs

## 4. Agir en média global



TF1 a bâti une offre 2.0 complète - blogs, vidéo et communautaire



- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -

Sources : Panel NNR Médiamétrie, janvier 2008  
Home & Work, application Internet exclues  
- en nombre de Visiteurs Uniques (VU)



## 4. Agir en média global



### Un axe majeur pour TF1

#### ➤ Développer la monétisation sur le web, notamment pour nos offres 2.0

- Création d'une régie publicitaire online

#### ➤ Devenir un acteur majeur de la diffusion de la vidéo

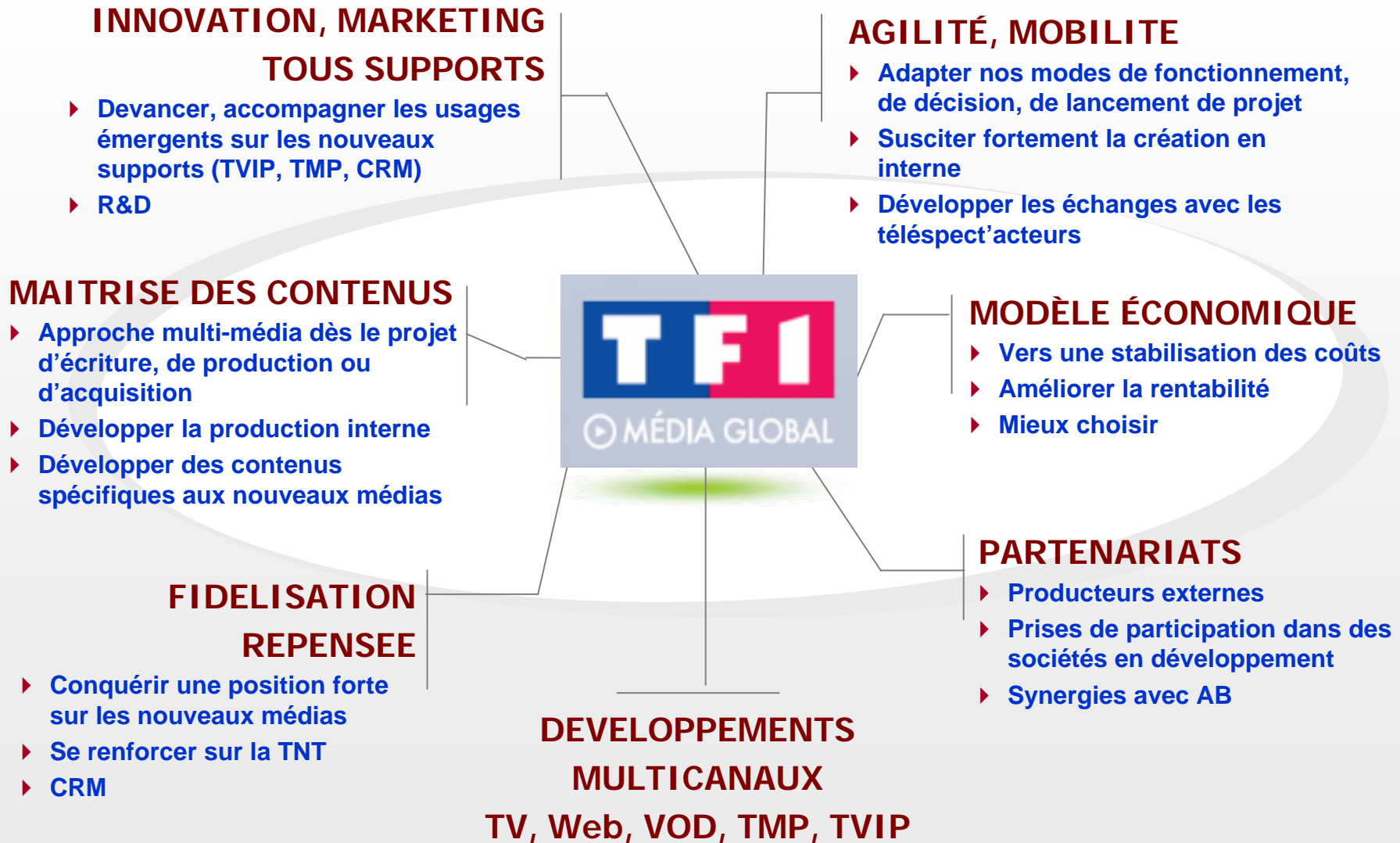
- Programmes et patrimoine TF1, offres VOD et catch-up TV

#### ➤ Accélérer notre développement sur le web au travers de partenariats et/ou d'acquisitions

# TF1 : Un média global



- TF1 - Présentation des résultats 2007 - 21 février 2008 -



# 2008, l'année charnière



## ➤ Développer nos savoir faire

- TV en clair, TV payantes, Télé-achat, Vidéo, Distribution, Jeux, Licences, Web...

## ➤ Conquérir de nouvelles positions

- Régie on line, Web 2.0, e-commerce, production interne, TMP, TVIP

## ➤ Moderniser nos process

- 16/9ème, Haute définition, Process News sport 2, Diffusion...

## ➤ Optimiser notre fonctionnement

- Organisation, méthodes, dépenses, marges...

**TF1: un groupe mobilisé pour son futur  
avec le binôme TV/Internet comme atout**

**TF1, un éditeur multimédia, créateur et agrégateur de contenus, présent sur tous les réseaux, qui noue une relation nouvelle avec ses publics, et offre ainsi à ses annonceurs une variété de contacts sans équivalent.**



Présentation aux analystes des  
**Résultats annuels 2007**

21 février 2008

