

# RÉSULTATS SEMESTRIELS 2012

## RÉUNION DES ANALYSTES

26 juillet 2012



1. ACTIVITE DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2012

2. COMPTES DU 1<sup>ER</sup> SEMESTRE 2012

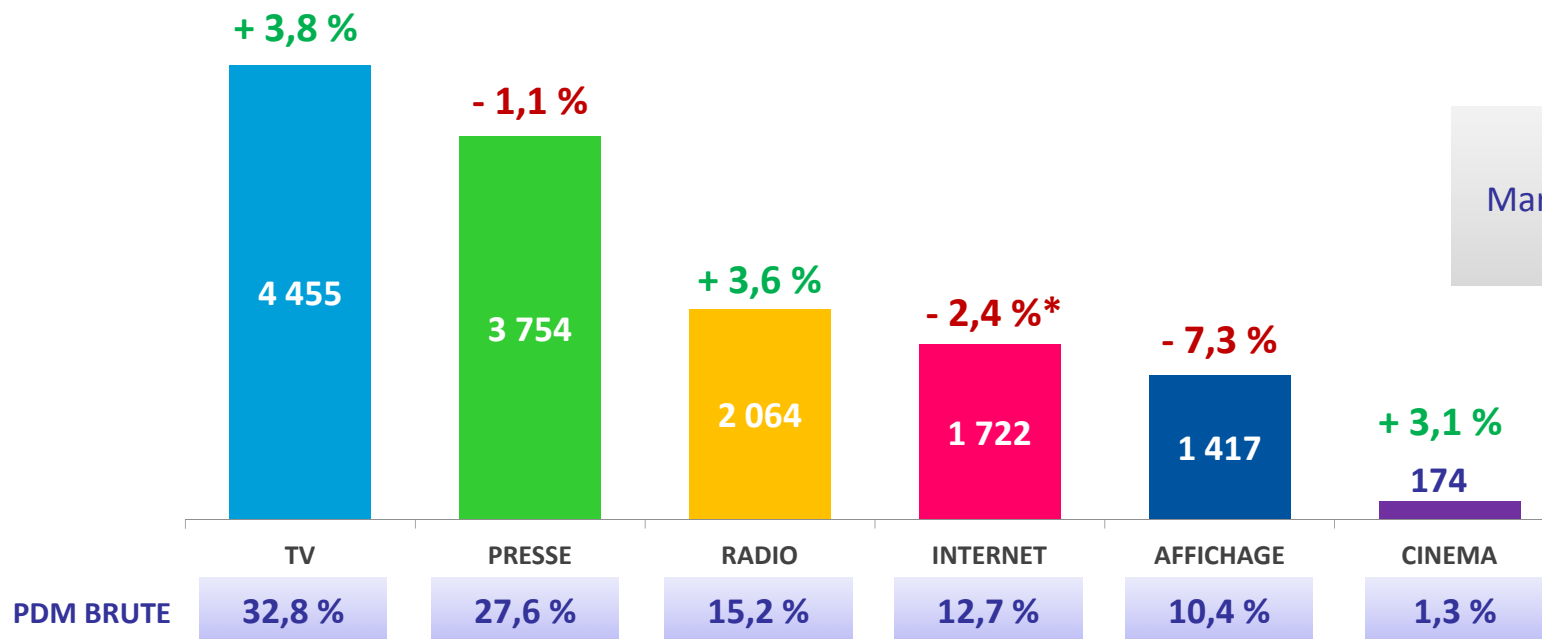
3. PERSPECTIVES

4. QUESTIONS-RÉPONSES

# DES INVESTISSEMENTS PLURIMEDIA STABLES DÉBUT 2012

Investissements Plurimedia BRUTS (M€) – Janv-Juin 2012 vs 2011

**TOTAL PLURIMÉDIA BRUT : + 0,3 % À 13 585 M€**



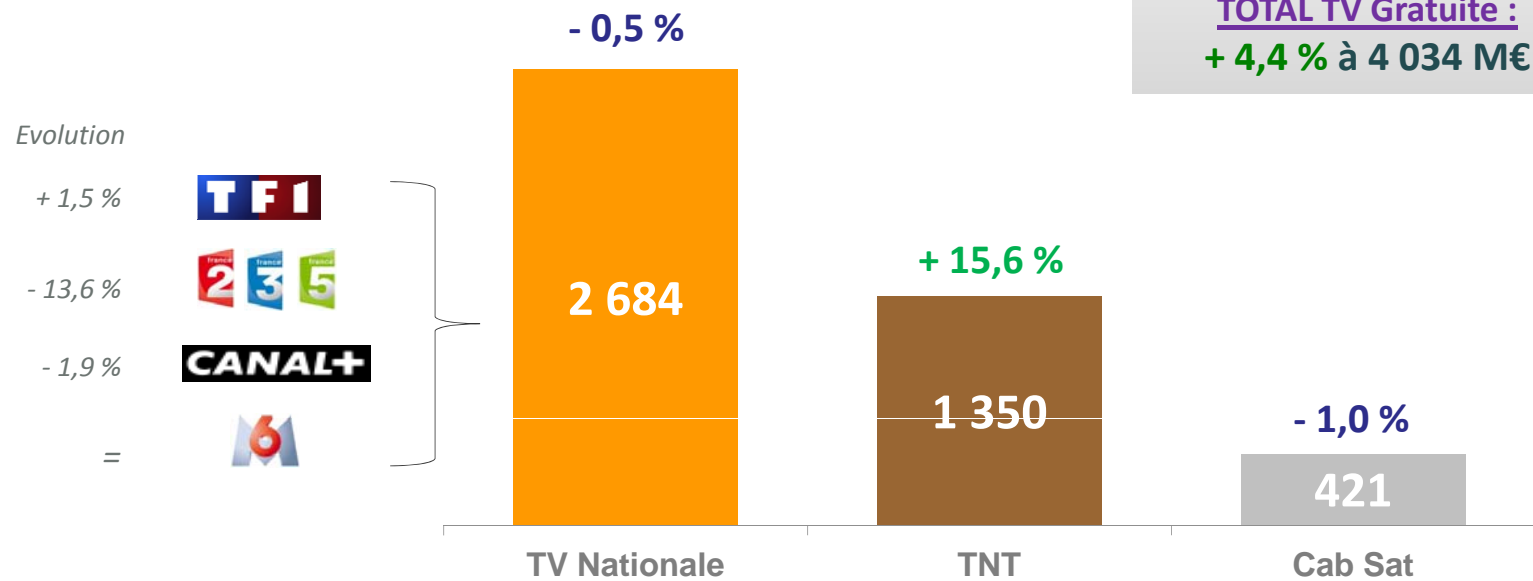
**Tendance S1 2012 en net**  
 Marché TV attendu au mieux à stabilité  
 Cumul autres médias en négatif

\*Attention, données brutes à périmètre non constant. En net, l'internet est à - 0,3 % sur janv-juin 2012.



# LA TV TOUJOURS FORTEMENT PORTÉE PAR LA TNT

Evolution des investissements TV BRUTS (M€) – Janv-Juin 2012

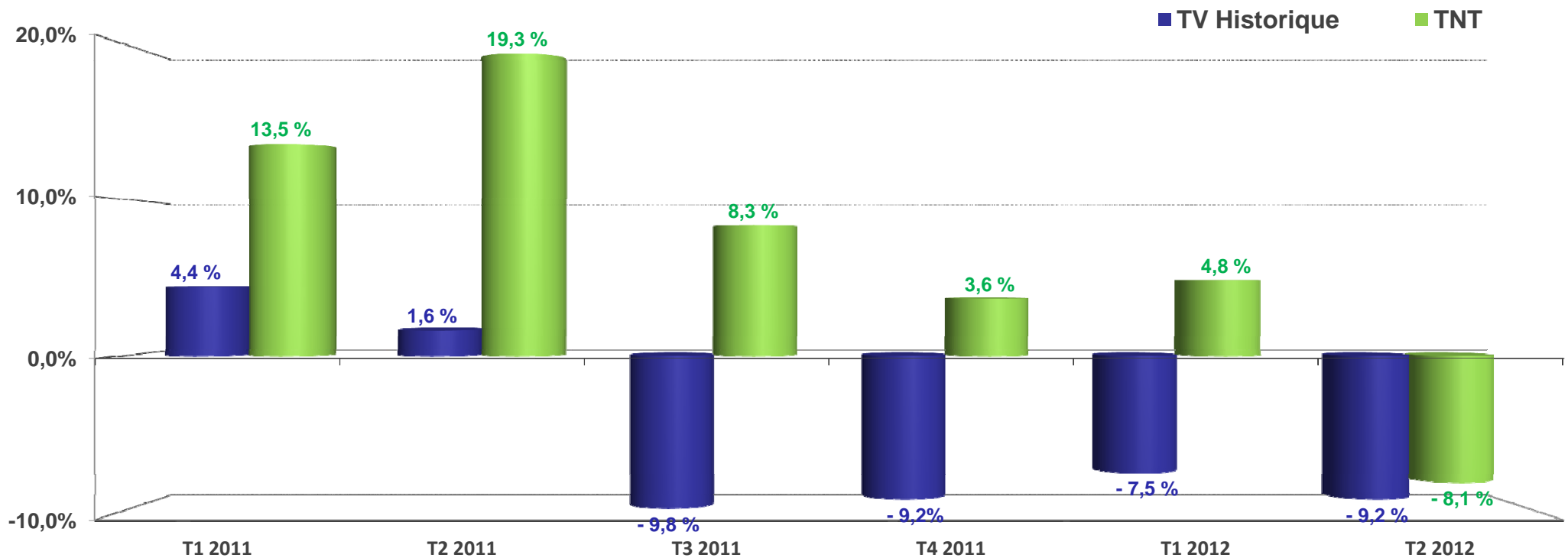


**TOTAL TV :**  
+ 3,8 % à 4 455 M€

**TOTAL TV Gratuite :**  
+ 4,4 % à 4 034 M€

# LE MARCHÉ PUBLICITAIRE TV CONJONCTURELLEMENT SOUS PRESSION

## Evolution trimestrielle des volumes de publicité diffusée en TV

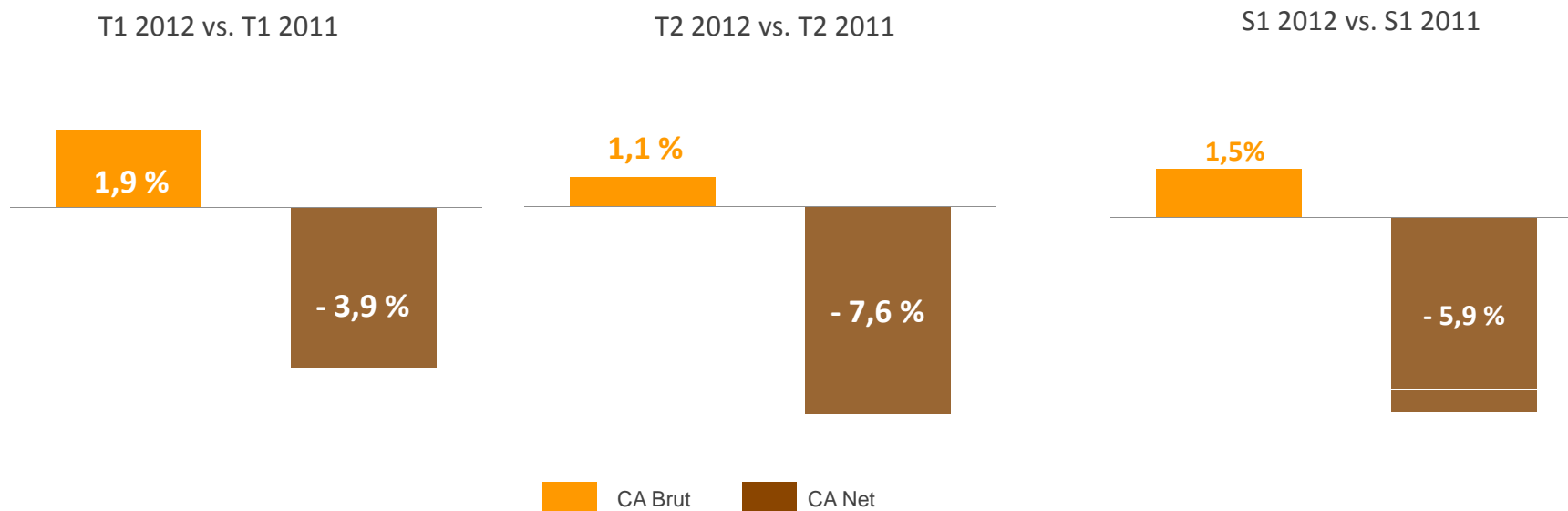


UNE FORTE PRESSION SUR LES PRIX

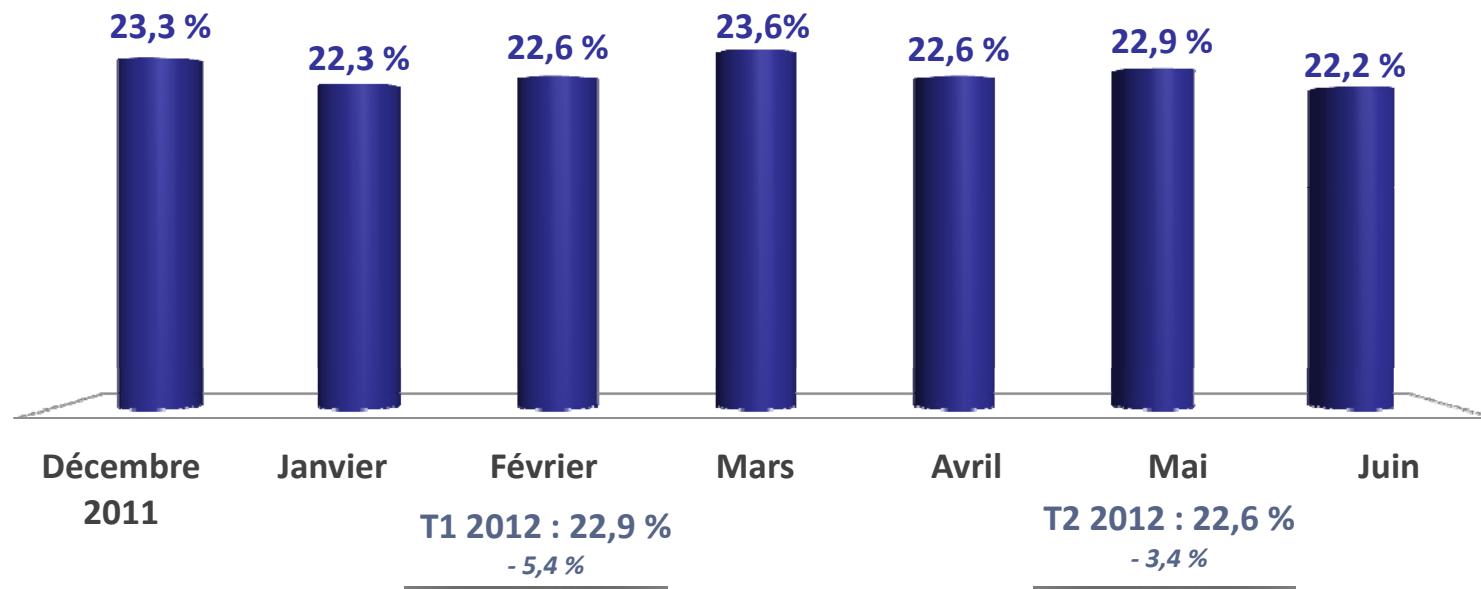


# TF1 A ACCOMPAGNÉ SES CLIENTS AU S1 2012

**TF1** CA NET S1 2012 VS. S1 2011 : - 5,9 %



# ÉVOLUTION MENSUELLE DE LA PDA 4+ DE TF1 EN 2012



**S1 2012 :  
22,7 %**

**DEPUIS LE SWITCH-OFF ANALOGIQUE,  
LA PART D'AUDIENCE DE TF1 FLUCTUE AUTOUR DE 23 %**



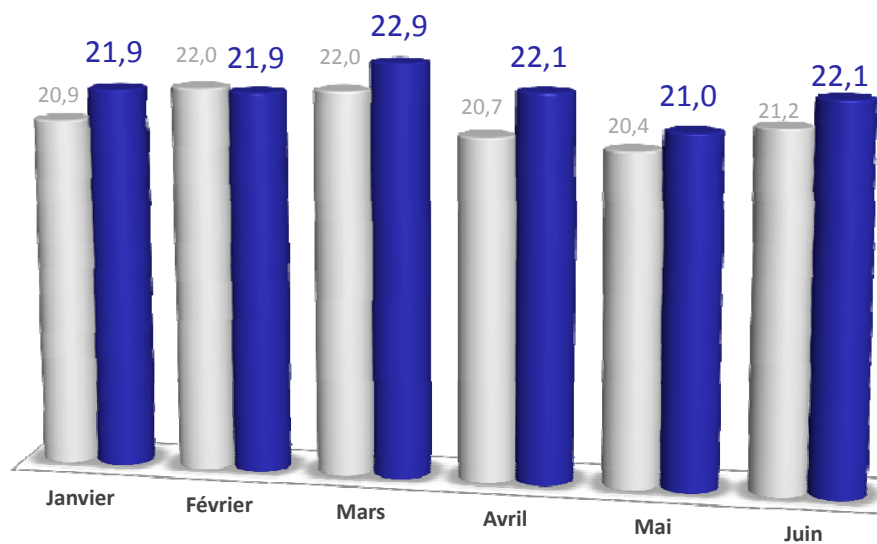
# ACCESS PRIME TIME – ÉVOLUTION DE L'AUDIENCE TF1

Access Prime Time = de 18h00 à 19h45

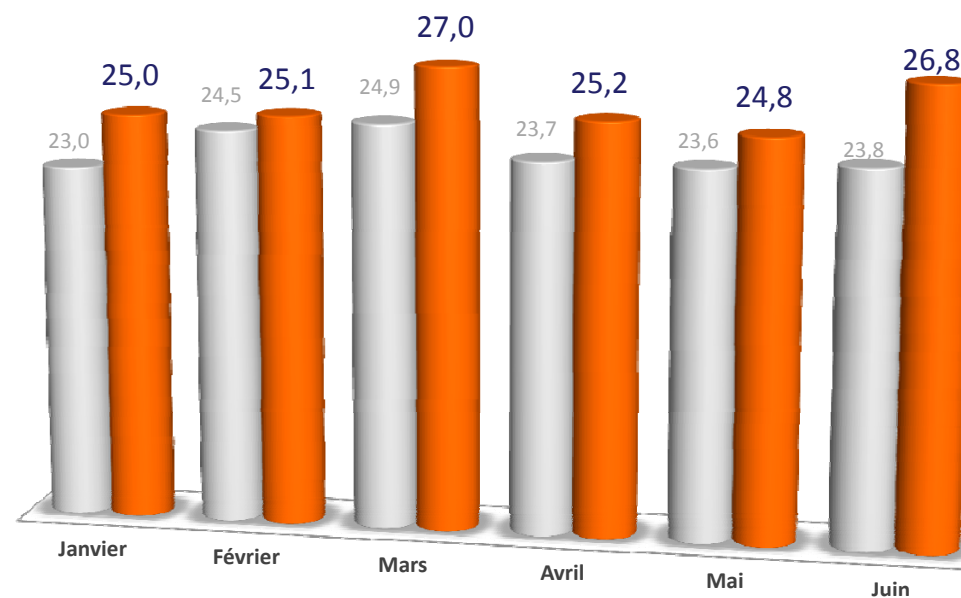
Part  
d'audience (%)

Individus 25-49

Femmes <50 ans RDA\*



■ 2011 ■ 2012



■ 2011 ■ 2012

Source: Mediamétrie

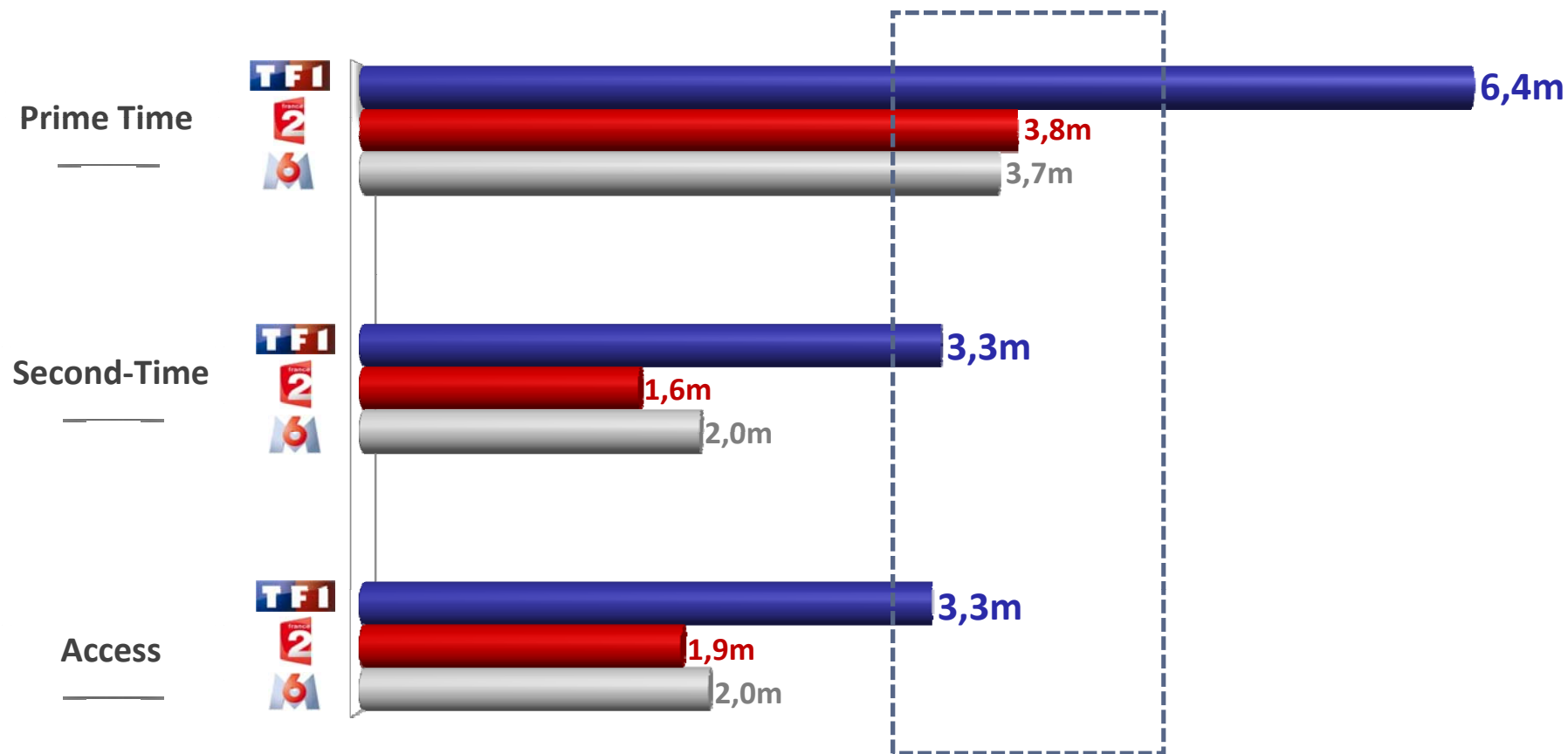


\* = Responsable des Achats



# TF1 NETTEMENT LEADER SUR LES CASES À FORT POTENTIEL

Nombre de téléspect.



# DES RECORDS DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES

## DIVERTISSEMENT



**Les Enfoirés** : 13,3m, record historique du programme  
**NRJ Music Awards** : 7,0m, record de l'émission depuis 2003

## CINEMA



**Gran Torino** : 9,4m, meilleure audience pour un film depuis novembre 2010  
**Les bronzés font du ski** : 9,0m, meilleure audience pour un film français cette saison

## SPORT



**Euro 2012** : 12,9m pour *Espagne/Italie*, record pour un match de football depuis juin 2006 toutes chaînes confondues

## SERIE US



**Dr House** : 9,1m, meilleure audience pour une série US en 2012, toutes chaînes confondues  
**Les experts Manhattan** : jusqu'à 8,2m

## FICTION FRANÇAISE



**Profilage** : 7,8m, meilleure audience pour une fiction policière depuis novembre 2009  
**Joséphine ange gardien** : 7,5m (46 % de PdA sur les enfants)

## INFORMATION



**JT de 20h** : 9,8m de téléspectateurs.  
**JT de 13h** : 8,3m de téléspectateurs.  
Les JT les plus fédérateurs d'Europe



# L'INNOVATION AU SERVICE DES PROGRAMMES DE TF1

## ▶ A TOUT MOMENT DE LA JOURNÉE

### EN SOIREE



9,3m, record pour un divertissement le samedi depuis déc. 2006

### EN ACCESS



Jusqu'à 9,7m de téléspectateurs, et plus de 7m chaque soir

### EN APRES-MIDI



Nettement leader sur les cibles publicitaires (29 % de PdA Fem<50 rda)

### EN MATINEE



Permet à la case de nettement progresser (+ 30 % sur les Fem<50 rda)

## ▶ DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES

### DIVERTISSEMENT



3,0m de téléspectateurs, et 33 % de PdA sur les Fem<50 rda

### MAGAZINES / DOC.



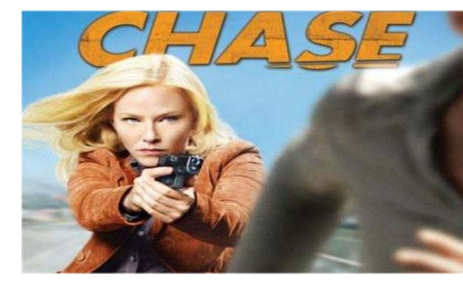
En progression constante depuis son lancement : +500 000 téléspectateurs

### FICTION FRANÇAISE



Les meilleures performances de la case sur les cibles publicitaires (jusqu'à 29 % de PdA Fem<50 rda)

### SERIE US



Des performances particulièrement attractives en second-time (29 % sur les Individus, 36 % sur les Fem<50 rda)

# UN DISPOSITIF 360° POUR L'UEFA EURO 2012

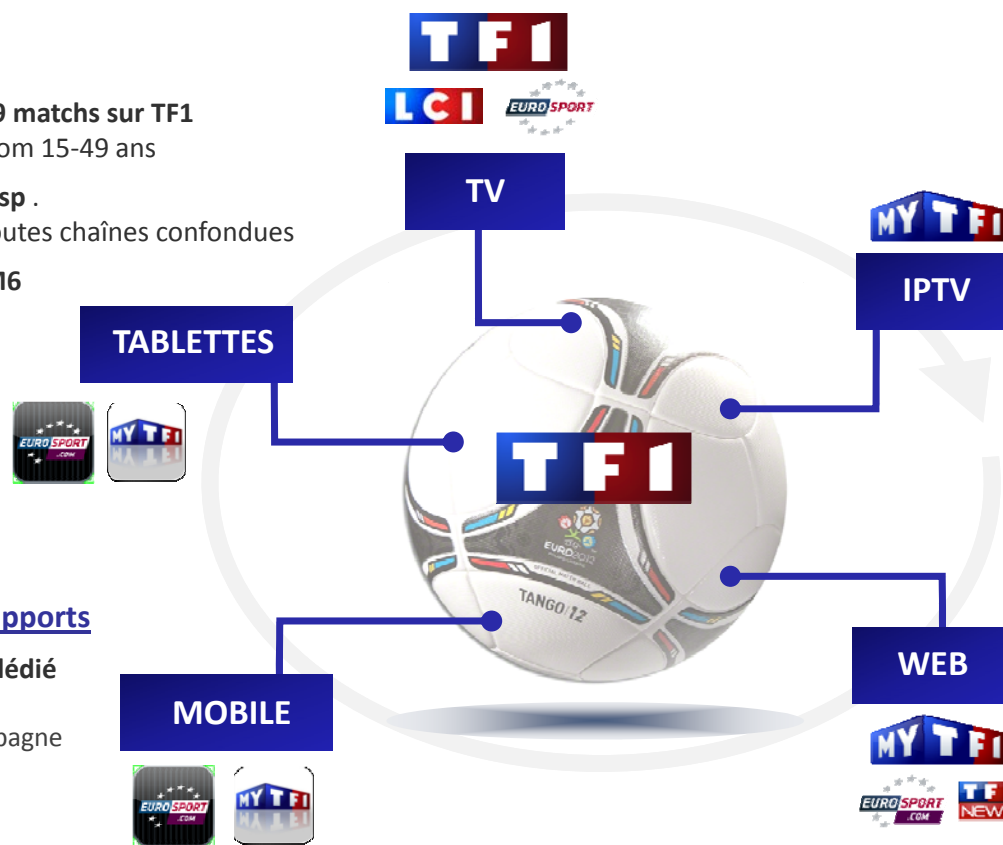


## De fortes audiences

- ▶ En moyenne 8,3m de téléspectateurs pour les 9 matchs sur TF1  
34 % de PdA Individus et 49 % sur les Hom 15-49 ans
- ▶ Espagne / Italie (finale) : 12,9m de téléspectateurs.  
Meilleure audience de la compétition toutes chaînes confondues
- ▶ Des scores supérieurs aux matchs sur M6  
(à 6,7m / 29 % de moyenne)

## Succès de l'Euro 2012 sur tous les supports

- ▶ 11,5 M de visiteurs uniques sur le site dédié
- ▶ 6,6 M de vidéos vues (y.c live)
- ▶ Nombreuses sessions live pour France-Espagne



## Coût de grille

- ▶ 8 matches diffusés sur le T2 2012
- ▶ Finale diffusée au T3 2012 (1<sup>er</sup> juillet 2012)
- ▶ **Coût de grille de la compétition : 24,4 M€** (y-compris coûts de production) sur l'exercice 2012, dont 21,8 M€ comptabilisés sur le deuxième trimestre 2012.

## Revenus publicitaires

- ▶ **37 M€** de recettes brutes pour la chaîne TF1 (hors parrainage)
- ▶ Un taux de remplissage des écrans de **96 %**
- ▶ Des **revenus additionnels** en amont et en aval de la compétition, depuis tous les supports

UNE MEILLEURE EQUATION ECONOMIQUE



# STRATÉGIE 360° : UN SEMESTRE RECORD



▶ **INTERACTIVITÉ** ➔ Fortes performances de The Voice, Money Drop



▶ **VIDEO ON-LINE** ➔ TF1 leader en temps passé par individu (1h59)



▶ **CATCH-UP** ➔ The Voice : 55 millions de vidéos vues, 2,1 millions de lecture à j+7



▶ **LIVE DIGITAL** ➔ 560 000 sessions pour France – Espagne

▶ **INNOVATION** ➔ Tweet Replay (réseaux sociaux) – Oz (checkin ad)



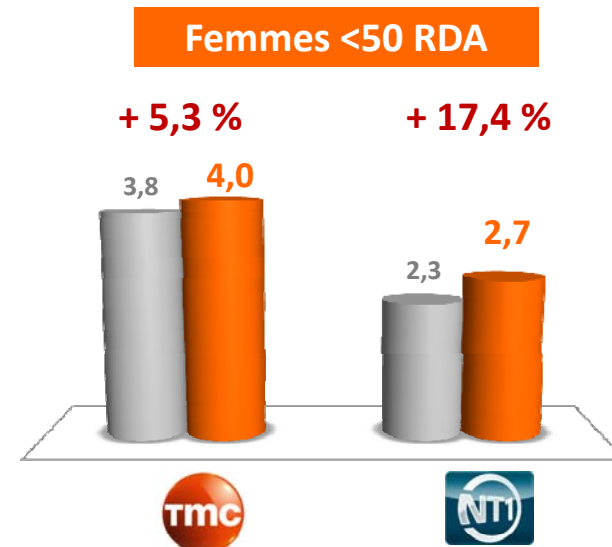
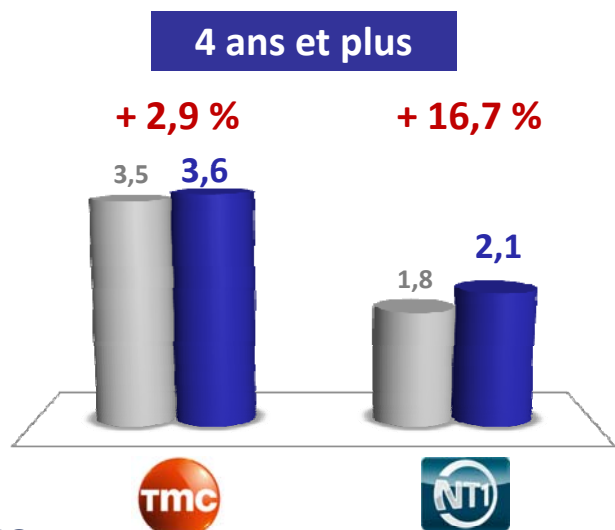
▶ **MOBILE** ➔ 9,4 millions de visites par mois



**MYTF1 : 631 MILLIONS DE VIDEOS VUES AU S1 2012 (+90%)**



# TMC ET NT1 CONFIRMENT LEUR DYNAMIQUE D'AUDIENCE



## ► TMC :

- 5ème chaîne nationale sur les Individus et leader historique des chaînes de la TNT
- Les 2 meilleures audiences en 2012 sur les chaînes TNT : jusqu'à 2,1m de téléspect. avec le film *Bodyguard*
- 0,9m de téléspect. de moyenne en prime-time (leader des chaînes TNT, et 92 programmes à +de 1,0m, vs 72 en 2011)

## ► NT1 :

- Une des plus forte hausse toutes chaînes confondues (+ 17 % sur les 2 cibles en 1 an)
- Jusqu'à 1,8m de téléspect. en 2012 (record historique de la chaîne avec le film *La mort dans la peau*)
- 600 000 téléspect. de moyenne en prime-time (+100 000 téléspect. en 1 an), 19 programmes à plus de 1,0m (vs 3 en 2011)



# DES AUTRES ACTIVITÉS EN PROGRESSION

## DES SERVICES PAYANTS DYNAMIQUES

### Chaînes thématiques



- Distribution non-exclusive
- Forte progression des audiences pour l'ensemble des chaînes du pôle

### Eurosport International



- CA + 10,1 %
- Hausse de l'audience des chaînes du Groupe
- Fort dynamisme commercial

### Services MyTF1



- 326 M de vidéos vues en catch-up au cours du S1 2012 (+ 43,6 %)
- 3,3 M de téléchargements de l'application

## DES SERVICES AU CONSOMMATEUR EN CONSOLIDATION



- CA + 4,4 %
- Croissance de l'Enseigne
- + 20 % de VU sur Place des Tendances



- CA + 19,8 %
- Restructuration en cours
- Partenariat signé avec Paramount



- CA + 4,8 %
- Succès musicaux
- Stabilité du CA Games
- Lancement de Recycler.fr



1. ACTIVITE DU 1ER SEMESTRE 2012

2. COMPTES DU 1ER SEMESTRE 2012

3. PERSPECTIVES

4. QUESTIONS-RÉPONSES



## EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

M€	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 301,2</b>	<b>1 277,6</b>	<b>+ 23,6</b>	<b>+ 1,8 %</b>
<b>Chiffre d'affaires publicitaire TF1 SA</b>	<b>713,2</b>	<b>757,8</b>	<b>- 44,6</b>	<b>- 5,9 %</b>
<b>Chiffre d'affaires Diversification</b>	<b>588,0</b>	<b>519,8</b>	<b>+ 68,2</b>	<b>+ 13,1 %</b>
<b>Détail du CA publicitaire Groupe :</b>				
Antenne TF1	713,2	757,8	- 44,6	- 5,9 %
Thématiques France	103,5	97,5	+ 6,0	+ 6,2 %
Internet France	16,0	12,5	+ 3,5	+ 28,0 %
Eurosport International	40,1	31,5	+ 8,6	+ 27,3 %
Divers	24,0	5,9	+ 18,1	ns
<b>Chiffre d'affaires publicitaire total</b>	<b>896,8</b>	<b>905,2</b>	<b>- 8,4</b>	<b>- 0,9 %</b>

# ÉVOLUTION DU COÛT DE GRILLE DE LA CHAÎNE TF1

M€

	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
<b>Total coût de grille</b>	<b>476,5</b>	<b>423,6</b>	<b>+ 52,9</b>	<b>+ 12,5 %</b>
<b>Événements sportifs</b>	<b>21,8</b>	-	<b>+ 21,8</b>	<b>ns</b>
<b>Total hors événements sportifs</b>	<b>454,7</b>	<b>423,6</b>	<b>+ 31,1</b>	<b>+ 7,3 %</b>
Variétés / Jeux / Magazines	128,6	110,1	+ 18,5	+ 16,8 %
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	154,6	156,0	- 1,4	- 0,9 %
Sports (hors événements sportifs)	47,7	51,7	- 4,0	- 7,7 %
Information	61,3	56,4	+ 4,9	+ 8,7 %
Films	54,2	40,7	+ 13,5	+ 33,2 %
Jeunesse	8,3	8,7	- 0,4	- 4,6 %

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ (1/2)

M€	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 301,2</b>	<b>1 277,6</b>	<b>+ 23,6</b>	<b>+ 1,8 %</b>
Total coût de grille	(476,5)	(423,6)	- 52,9	+ 12,5 %
Total autres charges et produits d'exploitation	(640,3)	(610,6)	- 29,7	+ 4,9 %
Dotations nettes aux amortissements et provisions et reprises	(50,5)	(56,9)	+ 6,4	- 11,2 %
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>133,9</b>	<b>186,5</b>	<b>- 52,6</b>	<b>- 28,2 %</b>
<i>Marge opérationnelle courante</i>	<b>10,3 %</b>	<b>14,6 %</b>	<b>- 4,3 pts</b>	

## COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ (2/2)

M€

	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>133,9</b>	<b>186,5</b>	<b>- 52,6</b>	<b>- 28,2 %</b>
Coût de l'endettement financier net	0,0	0,2	- 0,2	ns
Autres produits et charges financiers nets	5,7	(1,0)	+ 6,7	ns
Impôts	(43,9)	(53,1)	+ 9,2	- 17,3 %
QP résultat des sociétés mises en équivalence	(0,1)	(11,6)	+ 11,5	ns
<b>Résultat net</b>	<b>95,6</b>	<b>121,0</b>	<b>- 25,4</b>	<b>- 21,0 %</b>
Résultat net part du Groupe	93,5	118,6	- 25,1	- 21,2 %
<i>Intérêts minoritaires</i>	<i>2,1</i>	<i>2,4</i>	<i>- 0,3</i>	<i>- 12,5 %</i>

# EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ PAR ACTIVITÉ

M€	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
<b>Antenne France</b>	<b>1 045,4</b>	<b>1 052,2</b>	<b>- 6,8</b>	<b>- 0,6 %</b>
TF1 SA	716,1	760,5	- 44,4	- 5,8 %
Téléshopping	56,5	54,1	+ 2,4	+ 4,4 %
Chaînes thématiques	163,3	160,1	+ 3,2	+ 2,0 %
TF1 Entreprises	17,4	16,6	+ 0,8	+ 4,8 %
Productions	11,1	11,6	- 0,5	- 4,3 %
e-TF1	50,1	38,6	+ 11,5	+ 29,8 %
Divers	30,9	10,7	+ 20,2	ns
<b>Droits audiovisuels</b>	<b>64,5</b>	<b>50,1</b>	<b>+ 14,4</b>	<b>+ 28,7 %</b>
Catalogue	18,5	11,7	+ 6,8	+ 58,1 %
TF1 Vidéo	46,0	38,4	+ 7,6	+ 19,8 %
<b>Antennes internationales</b>	<b>191,3</b>	<b>173,8</b>	<b>+ 17,5</b>	<b>+ 10,1 %</b>
Eurosport International	191,3	173,8	+ 17,5	+ 10,1 %
<b>Activités diverses</b>	<b>-</b>	<b>1,5</b>	<b>- 1,5</b>	<b>ns</b>
SPS	-	1,5	- 1,5	ns
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>1 301,2</b>	<b>1 277,6</b>	<b>+ 23,6</b>	<b>+ 1,8 %</b>

# ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPERATIONNEL PAR ACTIVITÉ

M€	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
<b>Antenne France</b>	<b>102,1</b>	<b>181,0</b>	<b>- 78,9</b>	<b>- 43,6 %</b>
TF1 SA	63,1	131,9	- 68,8	- 52,2 %
Téléshopping	7,0	1,0	+ 6,0	x 7,0
Chaînes thématiques	17,8	27,9	- 10,1	- 36,2 %
TF1 Entreprises	1,6	2,6	- 1,0	- 38,5 %
Productions	(2,0)	2,0	- 4,0	ns
e-TF1	9,3	3,1	+ 6,2	x 3,0
Divers	5,3	12,5	- 7,2	- 57,6 %
<b>Droits audiovisuels</b>	<b>4,9</b>	<b>(11,1)</b>	<b>+ 16,0</b>	<b>ns</b>
Catalogue	3,6	(10,1)	+ 13,7	ns
TF1 Vidéo	1,3	(1,0)	+ 2,3	ns
<b>Antennes internationales</b>	<b>26,9</b>	<b>27,6</b>	<b>- 0,7</b>	<b>- 2,5 %</b>
Eurosport International	26,9	27,6	- 0,7	- 2,5 %
<b>Activités diverses</b>	<b>-</b>	<b>(11,0)</b>	<b>+ 11,0</b>	<b>ns</b>
SPS	-	(11,0)	+ 11,0	ns
<b>Résultat opérationnel total</b>	<b>133,9</b>	<b>186,5</b>	<b>- 52,6</b>	<b>- 28,2 %</b>

# BILAN CONSOLIDÉ

<b>ACTIF consolidé (M€)</b>	<b>30/06/2012</b>	<b>31/12/2011</b>	<b>Var. M€</b>
Total actifs non courants	1 409,2	1 421,8	- 12,6
Total actifs courants	2 016,2	1 932,6	+ 83,6
<b>Total actif</b>	<b>3 425,4</b>	<b>3 354,4</b>	<b>+ 71,0</b>

<b>PASSIF consolidé (M€)</b>	<b>30/06/12</b>	<b>31/12/11</b>	<b>Var. M€</b>
Total capitaux propres	1 561,1	1 587,2	- 26,1
<i>dont capitaux propres part du groupe</i>	<i>1 547,9</i>	<i>1 575,1</i>	<i>- 27,2</i>
Total passifs non-courants	71,0	67,9	+ 3,1
Total passifs courants	1 793,3	1 699,3	+ 94,0
<b>Total passif</b>	<b>3 425,4</b>	<b>3 354,4</b>	<b>+ 71,0</b>
Trésorerie (+) / Dette (-)	(91,7)	(40,6)	- 51,1

# TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

€m	30/06/12	30/06/11	Var. M€
CAF avant charge d'intérêt et IS	164,4	219,7	- 55,3
Impôts versés	(62,2)	(31,7)	- 30,5
Variation de BFR lié à l'activité	(5,9)	(56,2)	+ 50,3
<b>Flux de trésorerie générés par l'activité</b>	<b>96,3</b>	<b>131,8</b>	<b>- 35,5</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements</b>	<b>(28,3)</b>	<b>(14,7)</b>	<b>- 13,6</b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>	<b>(121,3)</b>	<b>(125,8)</b>	<b>+ 4,5</b>
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>(53,3)</b>	<b>(8,7)</b>	<b>- 44,6</b>
<b>Trésorerie au début de l'exercice</b>	<b>(18,2)</b>	<b>37,0</b>	<b>- 55,2</b>
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice</b>	<b>(71,5)</b>	<b>28,3</b>	<b>- 99,8</b>



1. ACTIVITE DU 1ER SEMESTRE 2012

2. COMPTES DU 1ER SEMESTRE 2012

3. PERSPECTIVES

4. QUESTIONS-RÉPONSES

## LA TÉLÉVISION A DES FONDAMENTAUX SOLIDES POUR L'AVENIR

- ▶ La consommation de télévision ne cesse de progresser en 2012
- ▶ Les grands évènements en live fédèrent toujours une très large audience
- ▶ L'efficacité des campagnes TV se confirme
- ▶ Le digital complète l'offre de télévision et en renforce la valeur

LA TÉLÉVISION PLUS QUE JAMAIS  
AU CŒUR DE L'ECOSYSTEME COMMERCIAL

## UN CONTEXTE INÉDIT

- ▶ L'année 2012 est une année durant laquelle le contexte économique s'est progressivement et significativement détérioré
- ▶ L'environnement concurrentiel continue d'évoluer
  - 6 nouvelles chaînes de la TNT vont être lancées le 12 décembre 2012
  - Canal+ fera son entrée sur la télévision en clair

**TF1 CONTINUE A S'ADAPTER**

# L'ADAPTATION DU MODELE ÉCONOMIQUE SE POURSUIT...

## 2008-2011

- ▶ Plan d'optimisation, phase 1 : 155 M€ d'économies récurrentes
  - Réduction des coûts de structure
  - Optimisation du coût de grille
- ▶ Rationalisation des diversifications
  - Surinvitation, Dogan, 1001 Listes, SPS...
- ▶ Revue des process et des organisations
  - Création de la Direction des Achats et de la DGAAN...
- ▶ Désendettement du Groupe

## 2012-...

- ▶ Plan d'optimisation, phase 2, avec un objectif de :
  - réduction de la masse salariale
  - flexibilité accrue dans les contrats producteurs
  - revue des stocks et des ventes potentielles
- ▶ Rationalisation des diversifications :
  - restructuration TF1 Vidéo
  - distribution en partenariat avec Paramount
- ▶ Revue des process et des organisations

UN GROUPE PLUS QUE JAMAIS MOBILISE



# ... SANS NÉGLIGER TOUTES LES OPPORTUNITÉS DE CROISSANCE

## RENFORCEMENT DE L'OFFRE GRATUITE

- Lancement de HD1 en décembre 2012



LE DIGITAL,  
AU CŒUR DES  
ACTIVITÉS



## POURSUITE DU DÉVELOPPEMENT DE L'OFFRE PAYANTE

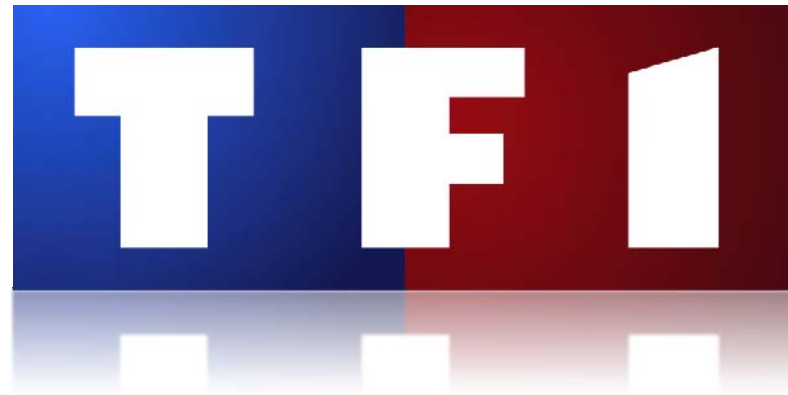


1. ACTIVITE DU 1ER SEMESTRE 2012

2. COMPTES DU 1ER SEMESTRE 2012

3. PERSPECTIVES

4. QUESTIONS-RÉPONSES



# RÉSULTATS SEMESTRIELS 2012

## RÉUNION DES ANALYSTES

26 juillet 2012

