

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2012

RÉUNION DES ANALYSTES

26 juillet 2012



1. ACTIVITE DU 1^{ER} SEMESTRE 2012

2. COMPTES DU 1^{ER} SEMESTRE 2012

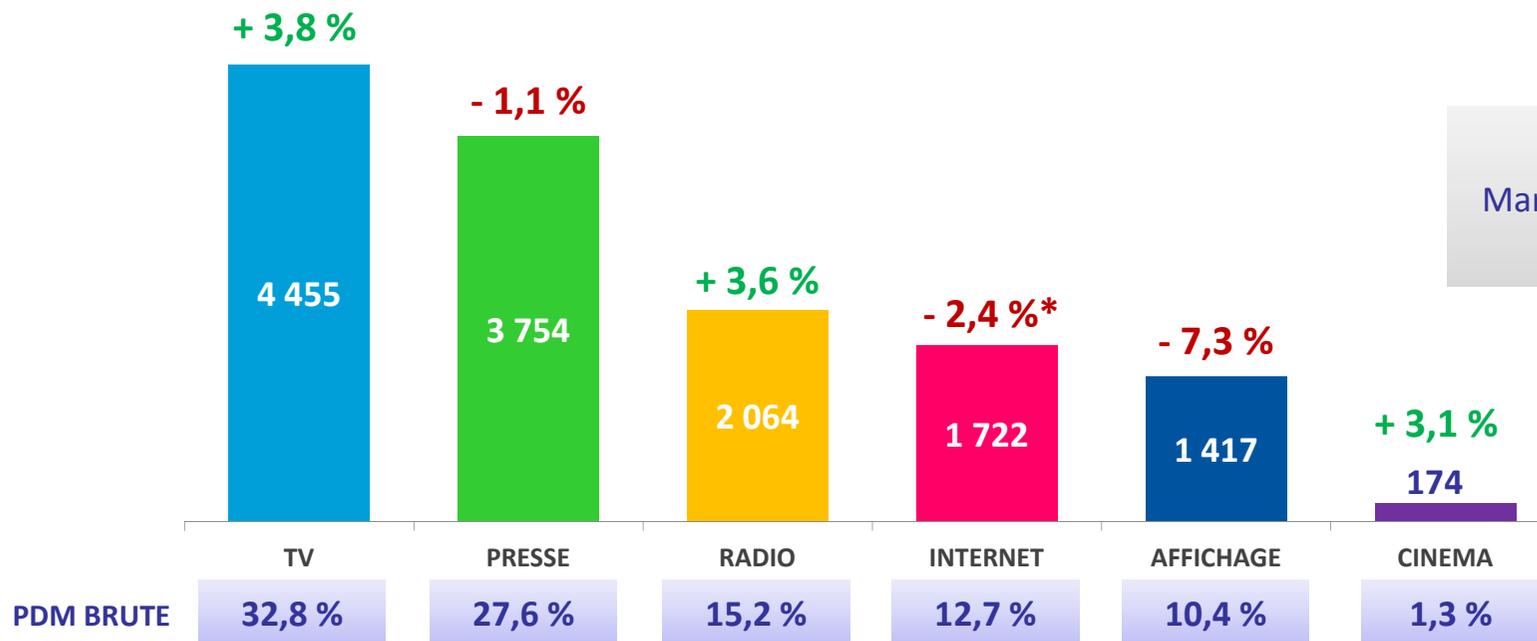
3. PERSPECTIVES

4. QUESTIONS-RÉPONSES

DES INVESTISSEMENTS PLURIMEDIA STABLES DÉBUT 2012

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

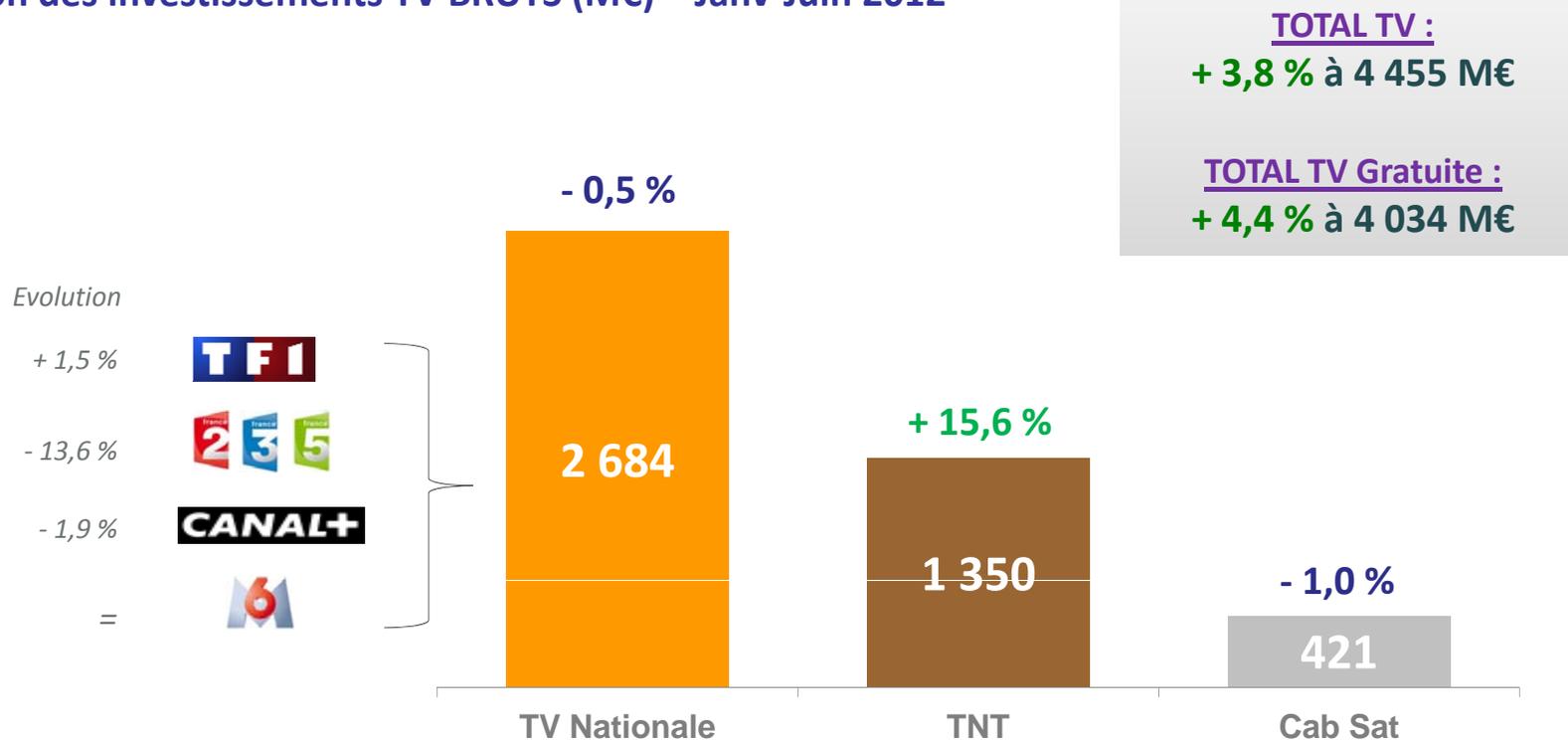
TOTAL PLURIMÉDIA BRUT : + 0,3 % À 13 585 M€



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

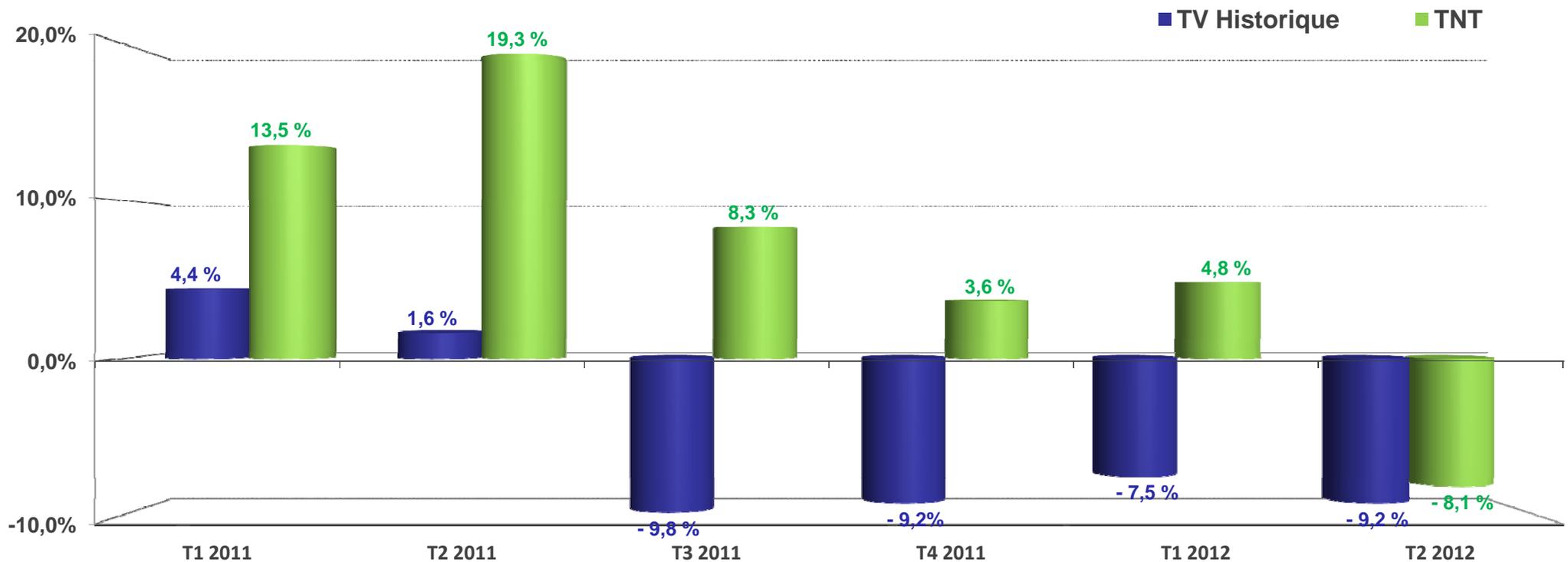
LA TV TOUJOURS FORTEMENT PORTÉE PAR LA TNT

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



LE MARCHÉ PUBLICITAIRE TV CONJONCTURELLEMENT SOUS PRESSION

Evolution trimestrielle des volumes de publicité diffusée en TV

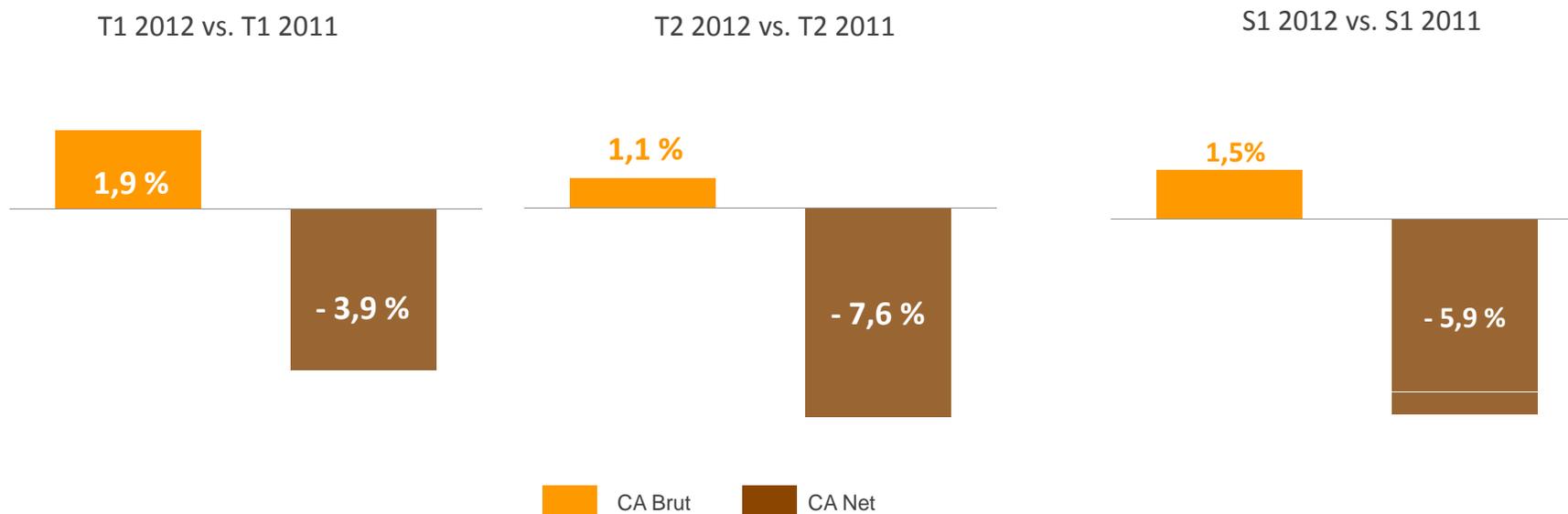


UNE FORTE PRESSION SUR LES PRIX

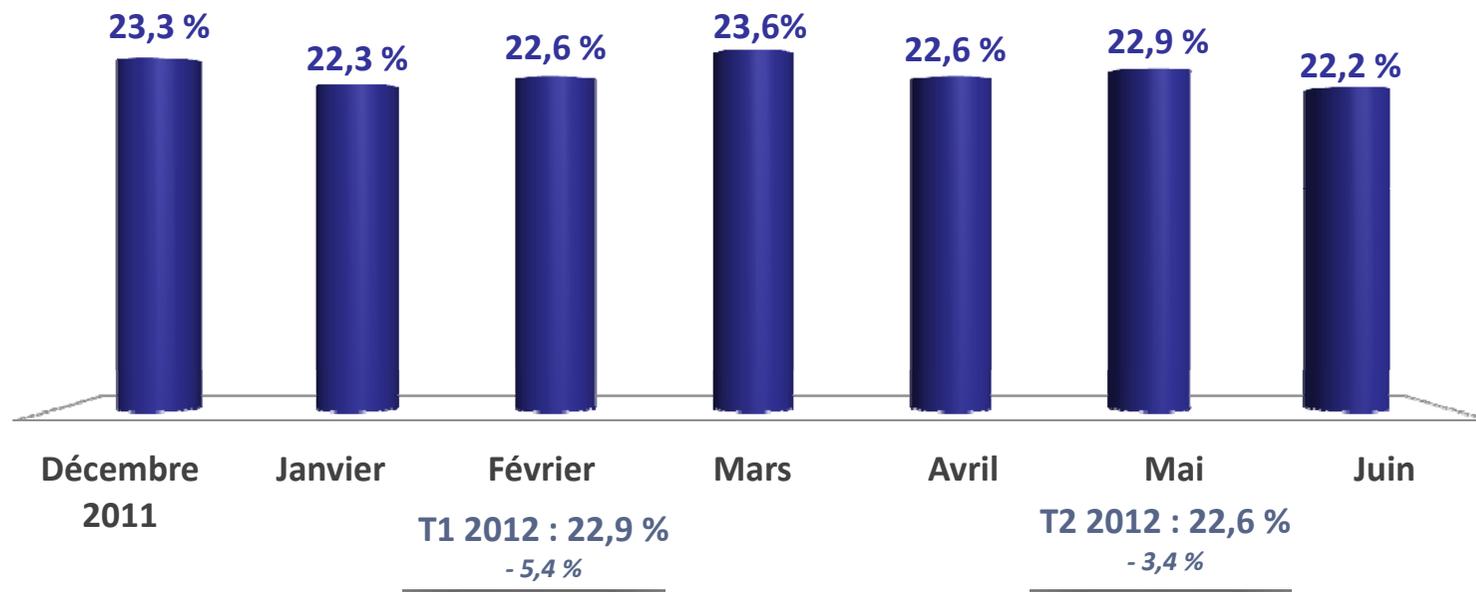


TF1 A ACCOMPAGNÉ SES CLIENTS AU S1 2012

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 %



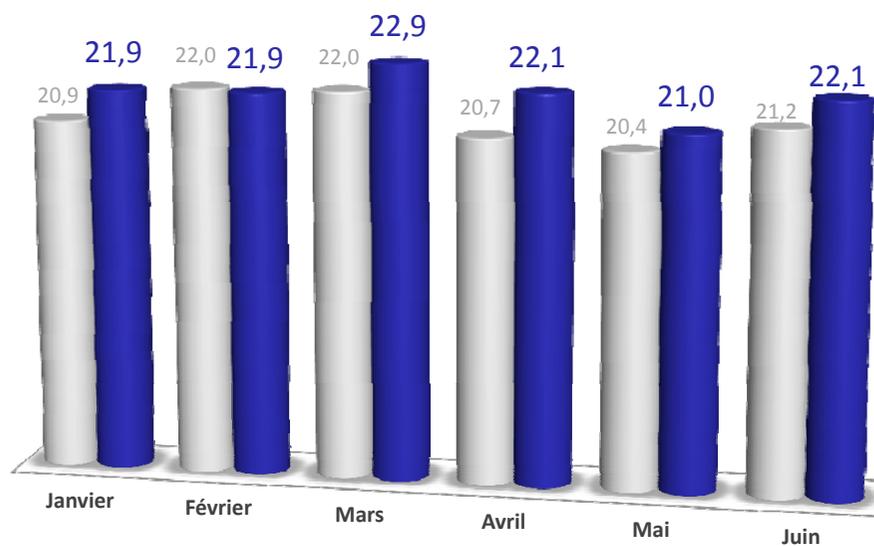
ACCESS PRIME TIME – ÉVOLUTION DE L'AUDIENCE TF1

Access Prime Time = de 18h00 à 19h45

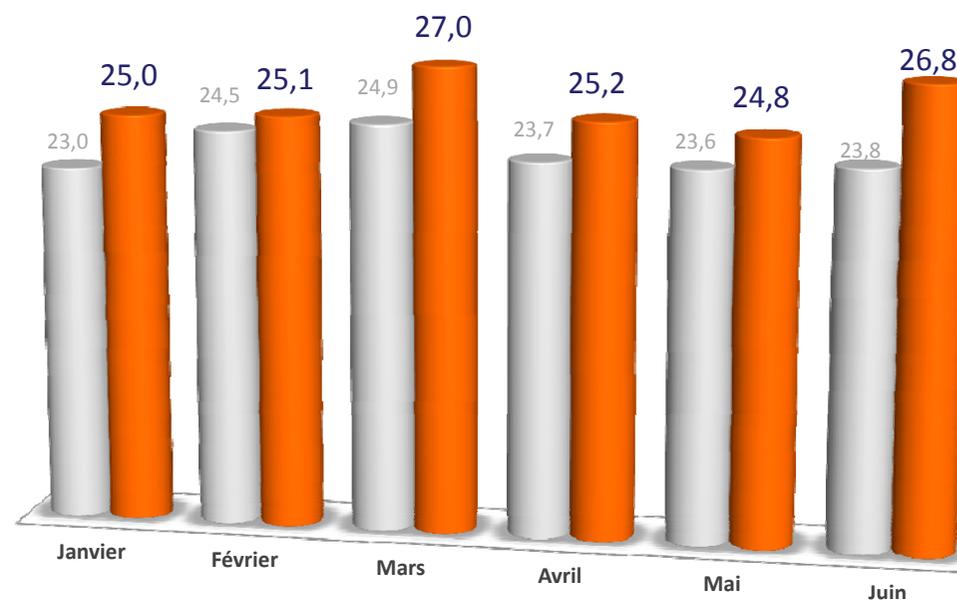
Part
d'audience (%)

Individus 25-49

Femmes <50 ans RDA*



■ 2011 ■ 2012



■ 2011 ■ 2012

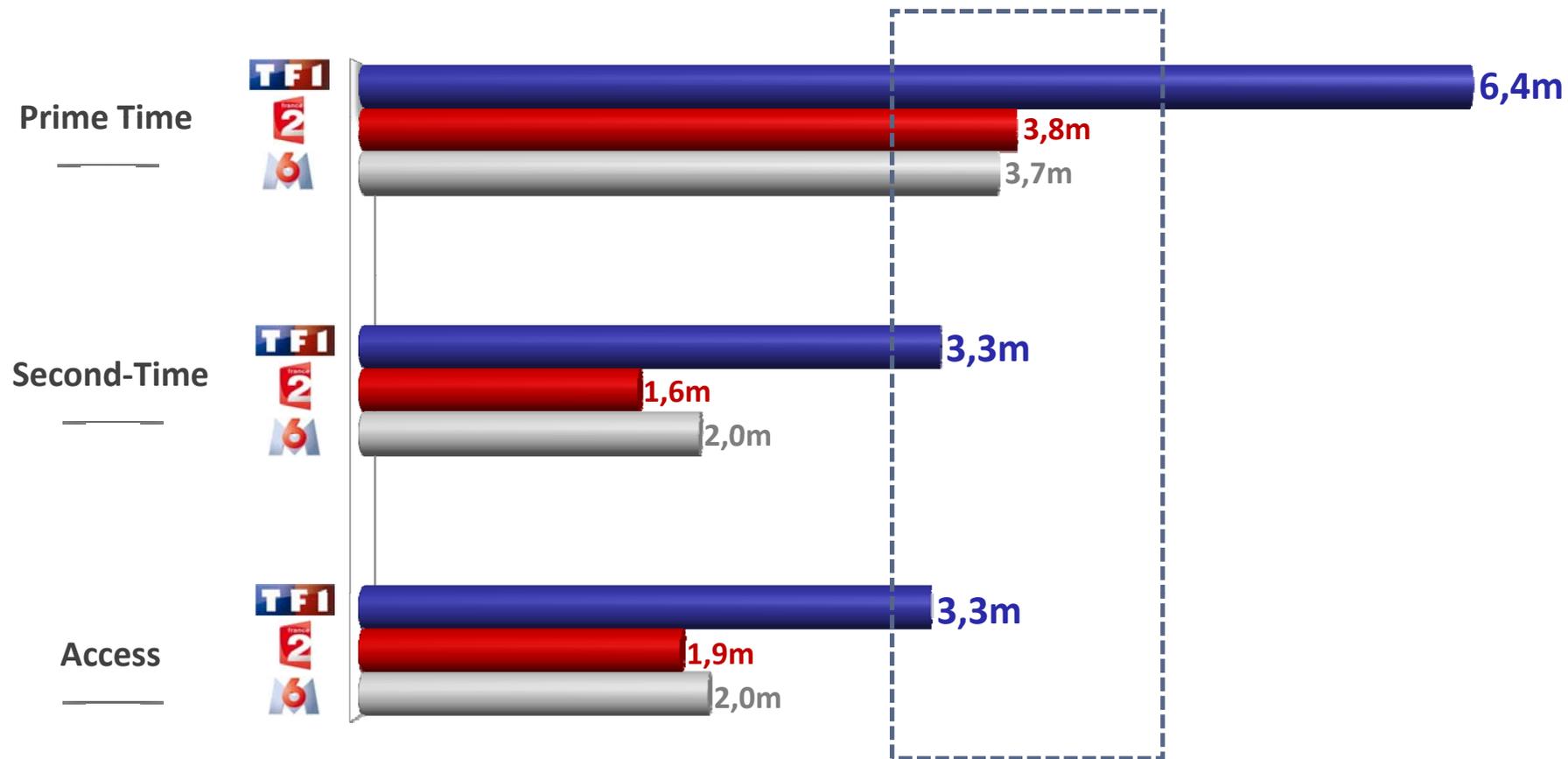
Source: Mediamétrie



* = Responsable des Achats

TF1 NETTEMENT LEADER SUR LES CASES À FORT POTENTIEL

Nombre de télésép.



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.



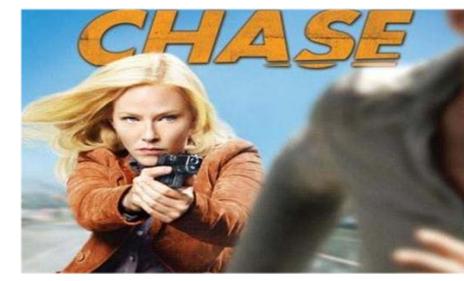
En progression constante depuis son lancement : +500 000 téléspectateurs

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

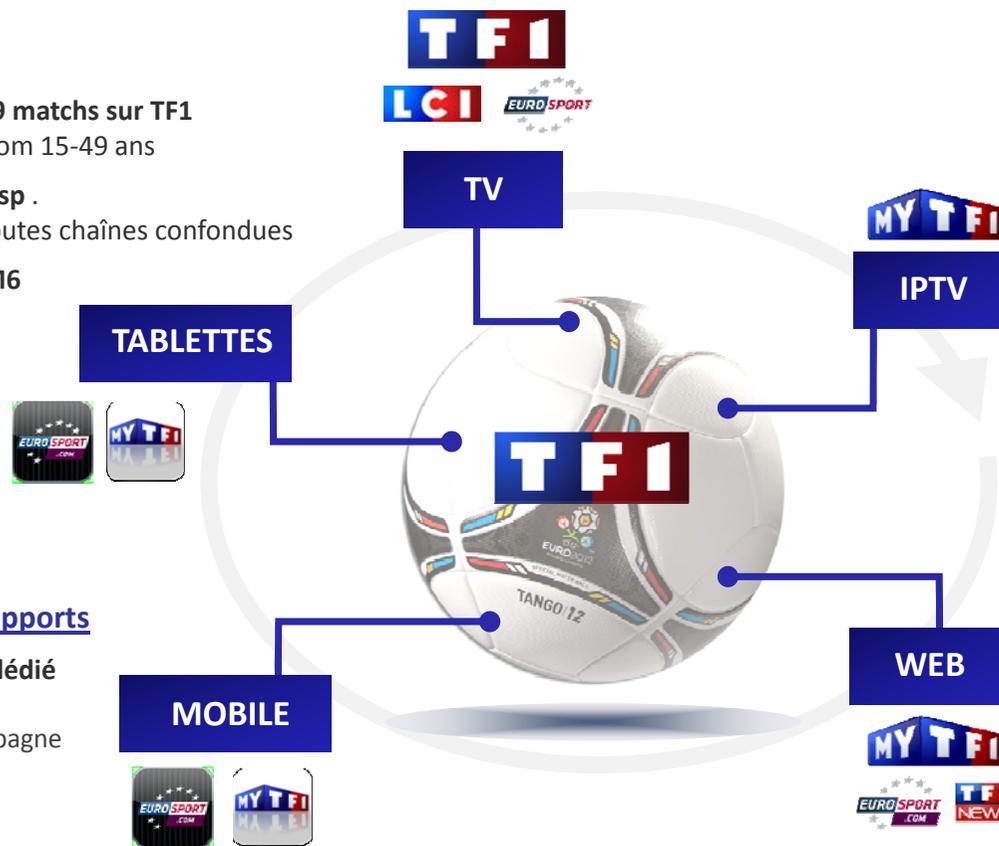


De fortes audiences

- ▶ 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^{er} 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)



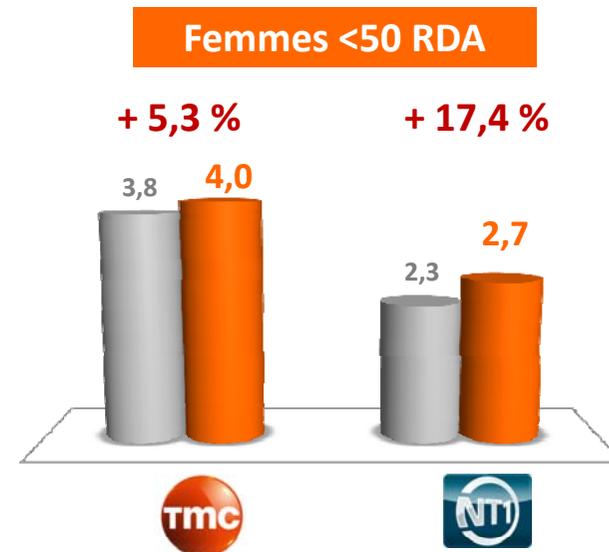
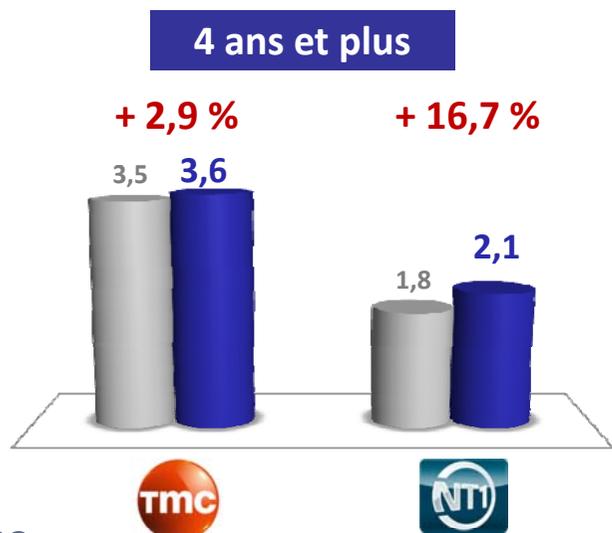
▶ **MOBILE** ➔ 9,4 millions de visites par mois



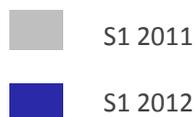
MYTF1 : 631 MILLIONS DE VIDEOS VUES AU S1 2012 (+90%)



TMC ET NT1 CONFIRMENT LEUR DYNAMIQUE D'AUDIENCE



Parts 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. %
Chiffre d'affaires consolidé	1 301,2	1 277,6	+ 23,6	+ 1,8 %
Chiffre d'affaires publicitaire TF1 SA	713,2	757,8	- 44,6	- 5,9 %
Chiffre d'affaires Diversification	588,0	519,8	+ 68,2	+ 13,1 %
Détail du CA publicitaire Groupe :				
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
Chiffre d'affaires publicitaire total	896,8	905,2	- 8,4	- 0,9 %

ÉVOLUTION DU COÛT DE GRILLE DE LA CHAÎNE TF1

M€

	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
Total coût de grille	476,5	423,6	+ 52,9	+ 12,5 %
Événements sportifs	21,8	-	+ 21,8	ns
Total hors événements sportifs	454,7	423,6	+ 31,1	+ 7,3 %
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. %
Chiffre d'affaires consolidé	1 301,2	1 277,6	+ 23,6	+ 1,8 %
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 %
Résultat opérationnel courant	133,9	186,5	- 52,6	- 28,2 %
<i>Marge opérationnelle courante</i>	10,3 %	14,6 %	- 4,3 pts	

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ (2/2)

M€	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
Résultat opérationnel	133,9	186,5	- 52,6	- 28,2 %
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
Résultat net	95,6	121,0	- 25,4	- 21,0 %
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. %
Antenne France	1 045,4	1 052,2	- 6,8	- 0,6 %
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
Droits audiovisuels	64,5	50,1	+ 14,4	+ 28,7 %
Catalogue	18,5	11,7	+ 6,8	+ 58,1 %
TF1 Vidéo	46,0	38,4	+ 7,6	+ 19,8 %
Antennes internationales	191,3	173,8	+ 17,5	+ 10,1 %
Eurosport International	191,3	173,8	+ 17,5	+ 10,1 %
Activités diverses	-	1,5	- 1,5	ns
SPS	-	1,5	- 1,5	ns
Chiffre d'affaires total	1 301,2	1 277,6	+ 23,6	+ 1,8 %

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT OPERATIONNEL PAR ACTIVITÉ

M€	S1 2012	S1 2011	Var. M€	Var. %
Antenne France	102,1	181,0	- 78,9	- 43,6 %
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 %
Droits audiovisuels	4,9	(11,1)	+ 16,0	ns
Catalogue	3,6	(10,1)	+ 13,7	ns
TF1 Vidéo	1,3	(1,0)	+ 2,3	ns
Antennes internationales	26,9	27,6	- 0,7	- 2,5 %
Eurosport International	26,9	27,6	- 0,7	- 2,5 %
Activités diverses	-	(11,0)	+ 11,0	ns
SPS	-	(11,0)	+ 11,0	ns
Résultat opérationnel total	133,9	186,5	- 52,6	- 28,2 %

BILAN CONSOLIDÉ

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

PASSIF consolidé (M€)	30/06/12	31/12/11	Var. M€
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
Total passif	3 425,4	3 354,4	+ 71,0
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
Flux de trésorerie générés par l'activité	96,3	131,8	- 35,5
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements	(28,3)	(14,7)	- 13,6
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	(121,3)	(125,8)	+ 4,5
Variation de trésorerie	(53,3)	(8,7)	- 44,6
Trésorerie au début de l'exercice	(18,2)	37,0	- 55,2
Trésorerie à la clôture de l'exercice	(71,5)	28,3	- 99,8

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

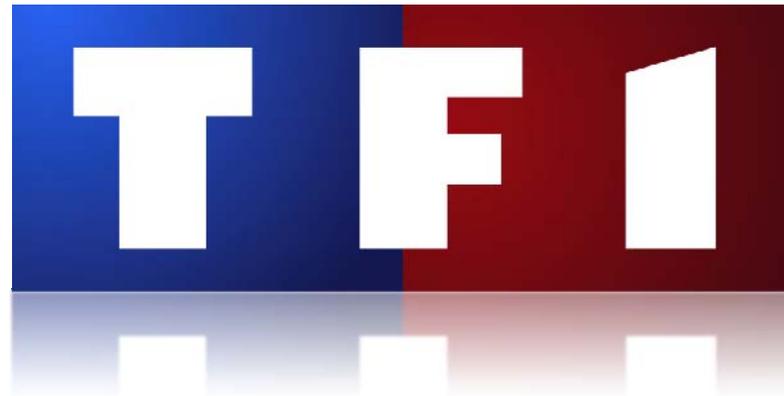


1. ACTIVITE DU 1ER SEMESTRE 2012

2. COMPTES DU 1ER SEMESTRE 2012

3. PERSPECTIVES

4. QUESTIONS-RÉPONSES



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2012

RÉUNION DES ANALYSTES

26 juillet 2012

