

Présentation aux analystes des
Résultats semestriels 2007

31 juillet 2007



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. TF1 ne prend aucun engagement de mettre à jour ou de réviser les informations à caractère prévisionnel présentées dans cette présentation.

Sommaire



INTRODUCTION

Environnement
et marché

ANTENNES

PUBLICITE

AUTRES ACTIVITES

Le positionnement
de TF1

CONCLUSION

COMPTES

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

3



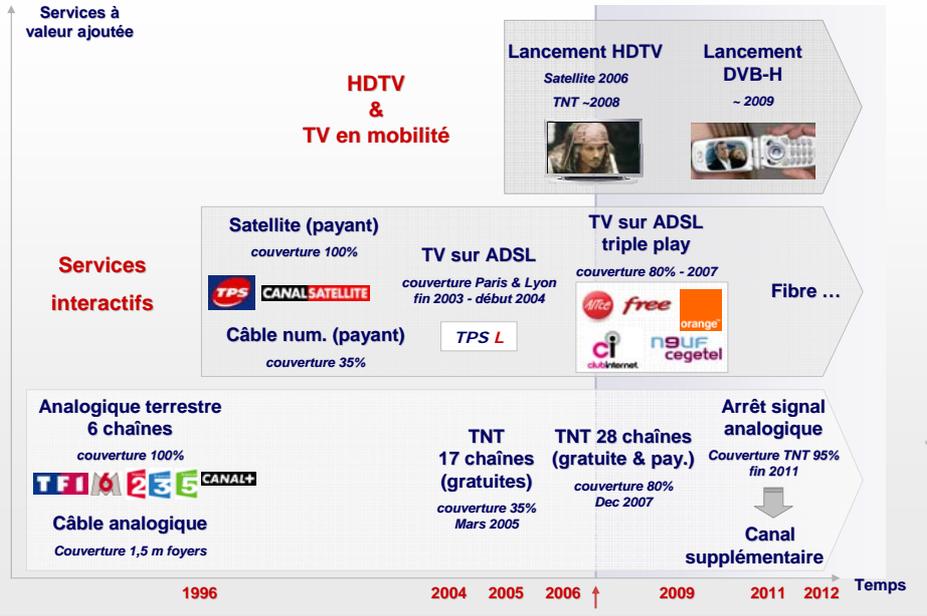
INTRODUCTION

Environnement et marché

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

4

Un environnement en pleine évolution



TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

5

Le marché des téléviseurs : une croissance continue des ventes et une accélération depuis 2003



Dépenses des français en achat d'équipement TV

+ 60% en 5 ans

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

6

* Sources : GfK

Une consommation TV toujours en croissance sur les cibles principales



Ind 4 ans +

3h32

Fem<50 rda

3h49

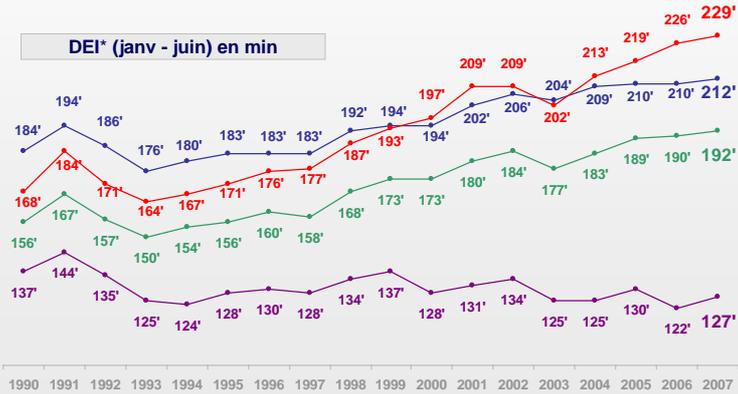
15 - 49 ans

3h12

15 - 24 ans

2h07

DEI* (janv - juin) en min



Source : Médiamétrie - Médiamat

* Durée d'écoute individuelle moyenne par jour

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

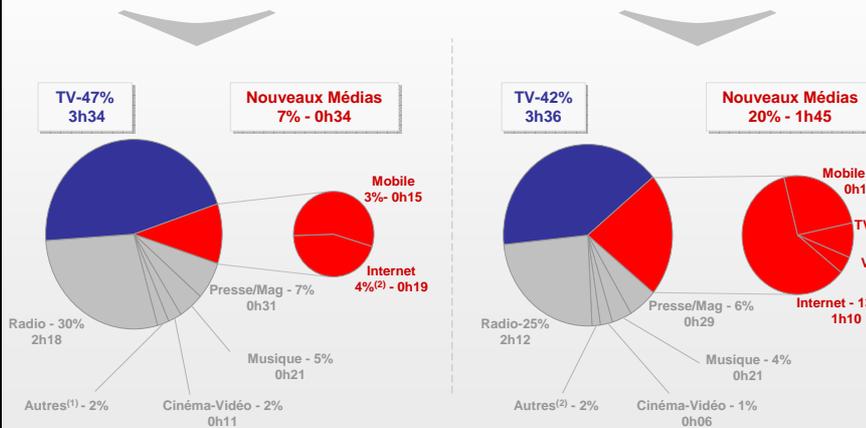
7

Le développement des nouveaux médias ne se fait pas au détriment de la TV



2006 = **7h40** de temps média

2012 estimé = **8h40** de temps média



Temps média journalier en France en 2006 et 2012e (Base : 15 ans+), sauf pour TV base 4 ans+ au 1^{er} semestre 2007
 Données non dédoublées - (1) Principalement : jeux vidéos de salon - (2) Temps travail et domicile, applications internet incluses
 Sources : Médiamétrie, IPSOS, Credoc, analyse DSIT / eTF1

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

8

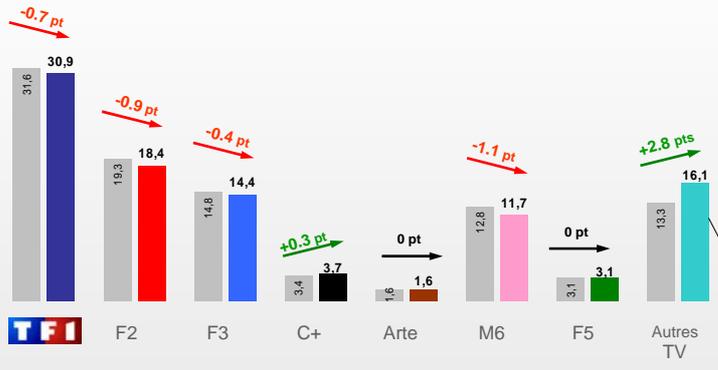
ANTENNES

TF1 CHAÎNES THEMATIQUES INTERNET

Le 1^{er} semestre 2007 est marqué par un fort développement des « Autres TV »

Individus 4 ans et +

■ PdA du 1^{er} Semestre 2006 ■ PdA du 1^{er} Semestre 2007



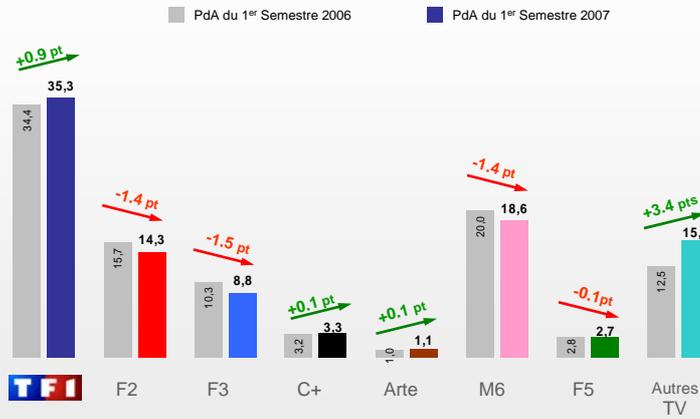
→ dont impact Coupe du Monde 2006 : TF1 : 0,3 pt de PdA Individus



TF1 : la plus forte progression sur la cible publicitaire



Femmes < 50



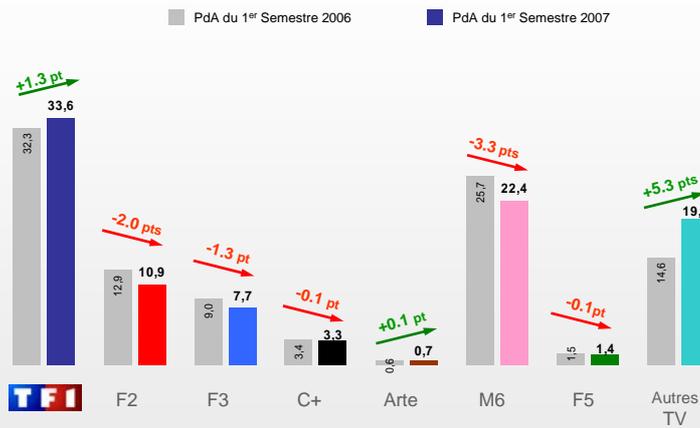
Source : Médiamétrie - Médiamat

11

TF1 progresse fortement sur les cibles jeunes



Individus 15-24 ans



Source : Médiamétrie - Médiamat

12

Un leadership en progression



S1 2006



S1 2007

Top
100

95

des 100 meilleures audiences
Ind. 4 ans +



96

des 100 meilleures audiences
Ind. 4 ans +

Prime
time

94%

des soirées leaders*
Ind. 4 ans +



95%

des soirées leaders*
Ind. 4 ans +

* Autres chaînes topées sur TF1 (ramenées à la tranche horaire des programmes de TF1)

Source : Médiamétrie

13

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -



Les chaînes thématiques

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

14

50%

d'Initialisation

Soit 29 millions d'individus
au 1^{er} trimestre 2007

1,1%

de PDA nationale

(hertzien analogique, TNT, Câble, satellite, ADSL)

sur les 4 ans+ et
sur les Fem < 50 rda

Une forte progression d'audience

+58%

sur les 4 ans +
(1T 2007 vs. 1T 2006)

+71%

sur les Femmes < 50 rda
(1T 2007 vs. 1T 2006)

Une forte progression du
chiffre d'affaires publicitaire

+128%

(S1 2007 vs S1 2006)

**Les chaînes du groupe confirment leur leadership
sur les réseaux câble, satellite et ADSL**

(8,2 M de foyers - 32% de pénétration)

**4 chaînes dans le Top
des 8 chaînes les plus regardées**

PdA 4 ans et + sur le Câble, le Satellite et l'ADSL

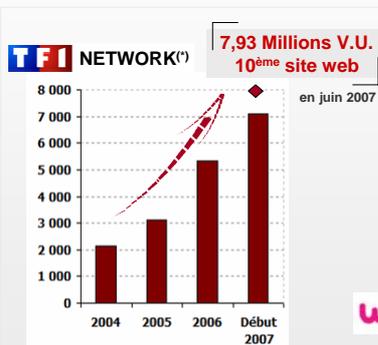
1^{er} janvier au 17 juin 2007



Internet

Une offre web performante sur les cibles prioritaires

UNE OFFRE WEB PUISSANTE



PRINCIPALES THÉMATIQUES

Classement Juin 2007

- LCI.fr** ▷ 1^{er} site info
- EUROSPORT.FR** ▷ 2^{ème} site sport
- TF1-jeu.fr** ▷ 3^{ème} site jeunesse
- Plurielles.fr** (toutes les femmes s'y retrouvent) ▷ 3^{ème} site féminin (**)
- wat + overblog** ▷ 4^{ème} plateforme communautaire

Source : Panel Médiamétrie Nielsen Netratings Juin 2007, domicile et travail, applications Internet exclues
 (*): y/c accords de distribution
 (**): « Targeted portails & communautés » / sites féminins

Des dispositifs plurimédia complets autour des programmes et des marques












COMMUNAUTÉ DE FANS

- ▶ Avec le casting StarAc, une audience et une communauté créées plusieurs mois avant la diffusion à l'Antenne
 - 12 000 candidats, 2 millions de visites, cible jeune et féminine

DIVERTISSEMENT DE MASSE SUR LE WEB

- ▶ 2,9 millions de visites par semaine, pour une durée ~ 21 minutes
- ▶ Au total, ~20 millions de contributions (votes, notes, posts...)

TV PERSONNELLE

- ▶ Catch-up gratuit sur TF1.fr et WAT, et en produit d'appel sur TF1Vision
- ▶ Offre publicitaire pluri-audiovisuelle

 **Interactivité / affinité / proximité avec le programme**

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

19

Internet participe à la stratégie d'éditeur Média Global



①

Dispositifs pluri-média autour de nos Antennes



- ▶ Relais promotionnel de l'Antenne sur Internet
- ▶ Produits Interactivité, Internet et Mobile dans le prolongement de l'Antenne

②

Contenus et services « pure player »



- ▶ Une offre de nouveaux médias calquées sur les attentes du marché : usages Internauts (y/c communautaire), investissements annonceurs

③

Produits nouveaux pour les médias émergents



- ▶ Se pré-positionner dès maintenant sur les usages émergents qui seront stratégiques pour le groupe

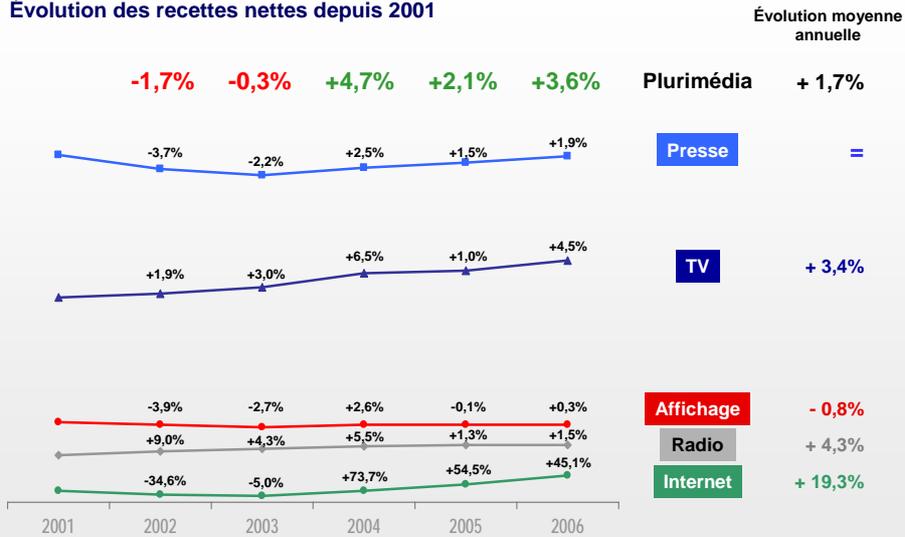
- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

20

PUBLICITE

Le marché publicitaire : un dynamisme relatif

Évolution des recettes nettes depuis 2001

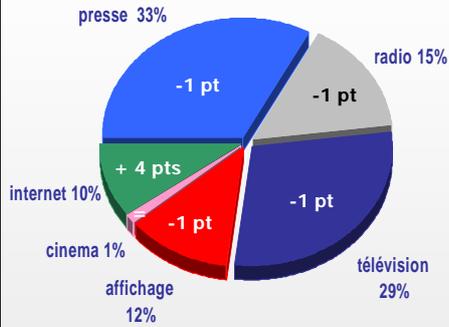


Source : Irep - recettes nettes des régies - plurimédia y compris internet

Le marché publicitaire « pluri-média »

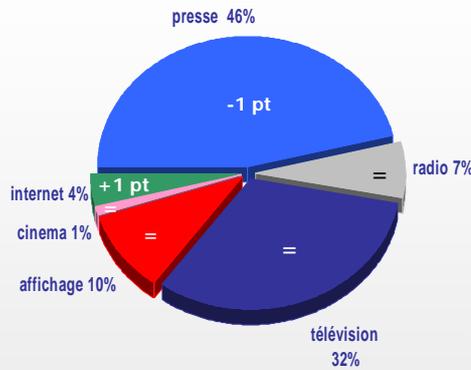


Brut 2006 (vs 2005)



Marché plurimédia : 21,7 Mds €
 dont TV : 6,3 Mds €
 dont Internet : 2,2 Mds €

Net 2006 (vs 2005)



Marché plurimédia : 10,6 Mds €
 dont TV : 3,4 Mds €
 dont Internet : 0,4 Md €

Sources : Irep – recettes nettes des régies et TNSMI

23

Part de marché de TF1 - 1^{er} semestre 2007



Part de marché de TF1 (tous secteurs)



Part de marché de TF1 (hors secteur édition)



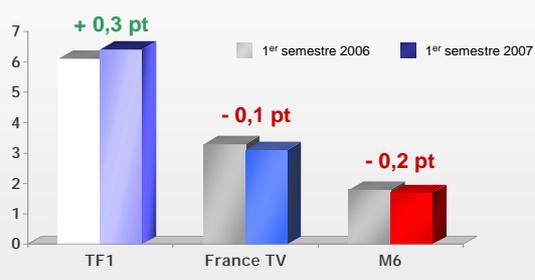
Source : TNS Media Intelligence – S1 2007 vs S1 2006

24

TF1 renforce son leadership sur ses audiences écrans et creuse l'écart avec ses concurrents



Audiences écrans** - Femmes < 50 ans (%)



- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

Source : Médiamétrie - 1^{er} semestre 2007 vs. 1^{er} semestre 2006 ** Audiences écrans exprimées en pourcentage de la cible Femmes responsable des achats < 50 ans

Croissance publicitaire 1^{er} semestre 2007

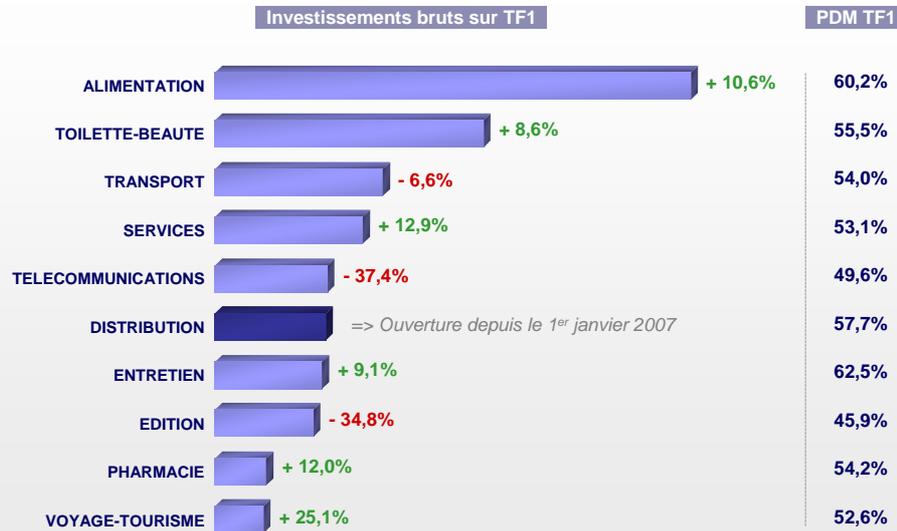


Chaîne TF1 +0,2%
 Thématiques France +16,2%
 Internet + 136 %

} +1,3%

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

Des croissances contrastées entre les secteurs au 1^{er} semestre 2007



Source : TNS Media Intelligence – janvier - juin 2007 vs janvier - juin 2006

27

Secteurs : points saillants du 1^{er} semestre 2007



Les Télécoms, un secteur qui se restructure

Très fort retrait des investissements en TV : - 96 M€bruts

- RENSEIGNEMENTS TELEPHONIQUES à - 79% contribuent pour 48% à la baisse
- CONVERGENCE TELECOM à - 23% contribue pour 25% à la baisse
- TELEPHONIE MOBILE à - 20% contribue pour 14% à la baisse

L'édition, une industrie sinistrée

L'édition baisse de 58 M€en brut en TV

- EDITION MUSICALE à - 40% contribue pour 74% à la baisse
- LES FASCICULES à - 46% contribuent pour 31% à la baisse
- LES DVD à - 22% contribuent pour 31% à la baisse

Chute de 24%
des ventes au
1^{er} trimestre 2007

Source : TNS Media Intelligence – janv-juin 2007 vs janv-juin 2006 – hors produits Télécoms des distributeurs

28

Secteurs : points saillants du 1^{er} semestre 2007



La distribution tient ses promesses

La distribution : 160 M€ en brut en TV

Des communications institutionnelles :
=> 55% des campagnes

Des communications produits :
=> 45% des campagnes
=> en particulier dans l'alimentaire : 1/3 des investissements en marques distributeurs

Part de marché de TF1
sur le secteur distribution*

60%

6% des recettes brutes de TF1



**Une ouverture qui stimule la concurrence
des marques nationales**



Source : TNS Media Intelligence – janv-juin 2007 vs janv-juin 2006

* Hors Mistergooddeal (Groupe M6).

29

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

Contexte 1^{er} semestre et perspectives 2nd semestre



1^{er} semestre

=> **Dépenses des ménages** stables en avril et en baisse en mai

=> **Effet de base** important pour TF1 (Coupe du monde de football en 2006)

=> **Soirées électorales** + attentisme du marché lié aux élections

=> Restructuration du secteur **Télécoms** + baisse de l'édition

=> Baisse du **sponsoring** (effet CDM 2006 et diminution des programmes courts : *Sephora*, *Intermarché* et *Intersport*)

=> Reprise de la **grande consommation**

2nd semestre

=> Coupe du Monde de **rugby**

=> Prévisions d'**engagement** des clients

=> Présence du secteur **distribution** à la rentrée

=> Bonnes perspectives des **nouveaux secteurs** (Énergie)

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

30

AUTRES ACTIVITES

Téléshopping : les nouveaux développements dynamisent l'activité

Chiffre d'affaires : 79,3 M€ / + 32,8%

- ▶ 1001 listes : chiffre d'affaires S1 ~ 10 M€
- ▶ Infomercials : chiffre d'affaires S1 ~ 10 M€ (~ x 1,7)
- ▶ Internet : > 20% du chiffre d'affaires
- ▶ 2 magasins : ouverture d'un magasin en province avant fin 2007
- ▶ Turquie : début de l'activité en janvier 2007

TF1 Entreprises



Chiffre d'affaires : 14,3 M€ / - 16,9%



1^{er} éditeur français de jeux de société
> 200 jeux au catalogue

> [TF1 Licences](#)

> [TF1 Publishing](#)

> [TF1 Games](#)

> [TF1 Musique](#)



33

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007

TF1 Vidéo : surperforme le marché



Chiffre d'affaires TF1 Vidéo : 70,3 M€ / + 2%

Marché de la Vidéo* : - 8% en valeur

Focus sur :



3 000 programmes
200 000 clients

- ▶ Des spectacles **exclusifs**
- ▶ Des chaînes **éditorialisées**
- ▶ Le Club **HD VOD**
- ▶ **Catch Up TV** gratuite et payante

Grey's Anatomy, Mystère, Gost Whisperer, Lost3, Heroes, Ugly Betty, ...

- ▶ **Distribution :**
être présent partout

2nd plateforme cinéma européenne



- ▶ Les plus grands **studios** français et américains :

Warner, Universal, Sony, Buena Vista, EuropaCorp, Pathé, StudioCanal ...

* Fin mai 2007

34

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007

Eurosport : des développements prometteurs



Chiffre d'affaires* : 132,9 M€ / + 2,8%



- ▶ 111 m de foyers (yc Eurosport France)
- ▶ 59 pays
- ▶ 20 versions linguistiques
- ▶ Eurosport 2 : 25 m de foyers
- ▶ Eurosportnews : 5 m de foyers
- ▶ Eurosport en Asie : 2,3 m de foyers

▶ Développement : 6% du chiffre d'affaires

Accord Eurosport - Yahoo
Eurosport Events



* Eurosport International

35

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

CONCLUSION



- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

36

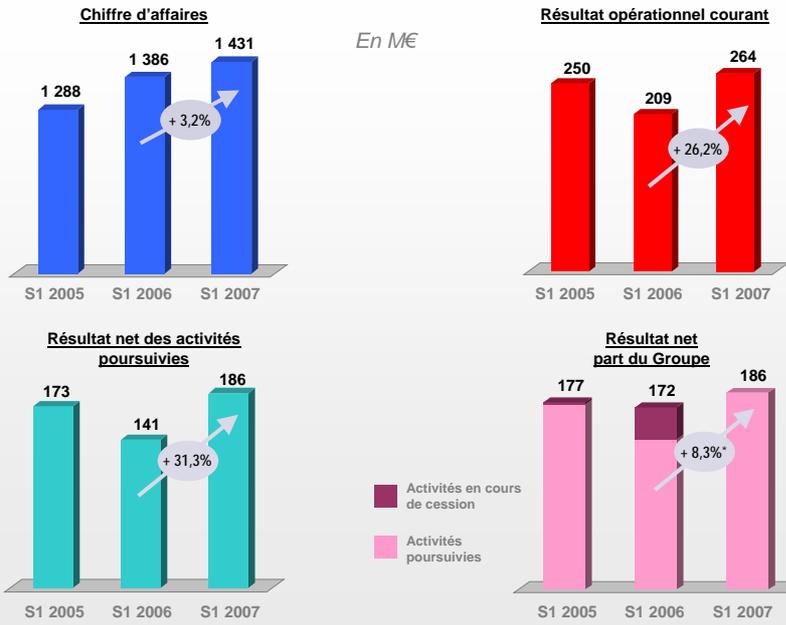
COMPTES

Chiffres clés - 1er semestre 2007

M€	S1 2007	S1 2006	Variation	Var %
Chiffre d'affaires	1 430,6	1 385,6	45,0	3,2%
Résultat opérationnel courant	263,5	208,8	54,7	26,2%
<i>Marge opérationnelle</i>	<i>18,4%</i>	<i>15,1%</i>		
Résultat net part du Groupe	185,7	171,5	14,2	8,3%
<i>Marge nette</i>	<i>13,0%</i>	<i>12,4%</i>		
Résultat net par action	0,87	0,80	0,07	8,8%
Endettement financier net	571,7	495,2	76,5	15,4%
<i>Gearing</i>	<i>41,7%</i>	<i>45,9%</i>		
Capacité d'autofinancement*	286,5	263,8	22,7	8,6%

* Avant charge d'intérêt nette et impôt

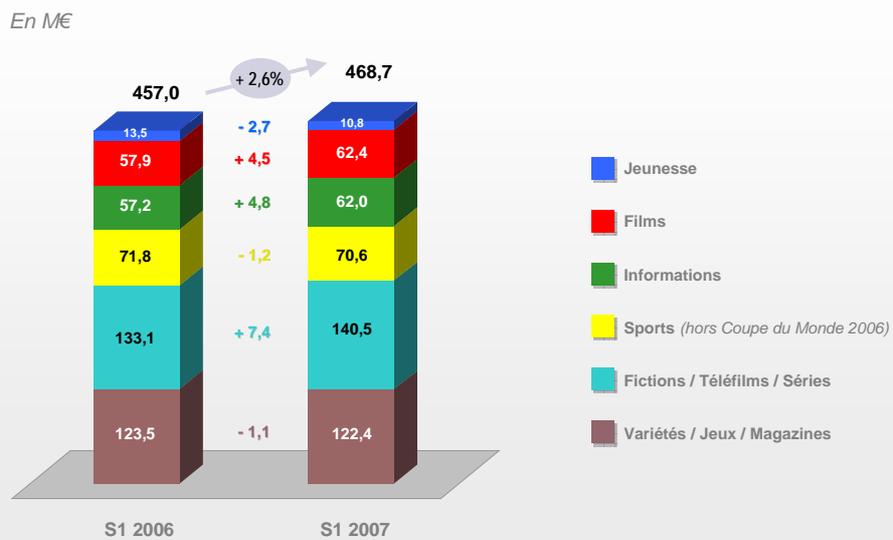
Compte de résultat consolidé - chiffres clés



- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

39

Coût de grille Antenne TF1 (hors Coupe du Monde de football en 2006)



- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

40

Coût de grille Antenne TF1



M€	S1 2007	S1 2006	Variation	Var %
Variétés / Jeux / Magazines	122,4	123,5	(1,1)	(0,9%)
Fictions / Téléfilms / Séries	140,5	133,1	7,4	5,6%
Sports	70,6	71,8	(1,2)	(1,7%)
Informations	62,0	57,2	4,8	8,4%
Films	62,4	57,9	4,5	7,8%
Jeunesse	10,8	13,5	(2,7)	(20,0%)
Total (hors Coupe du Monde de football)	468,7	457,0	11,7	2,6%
<i>Coupe du Monde de football</i>	-	89,5	-	-
Total	468,7	546,5	(77,8)	(14,2%)

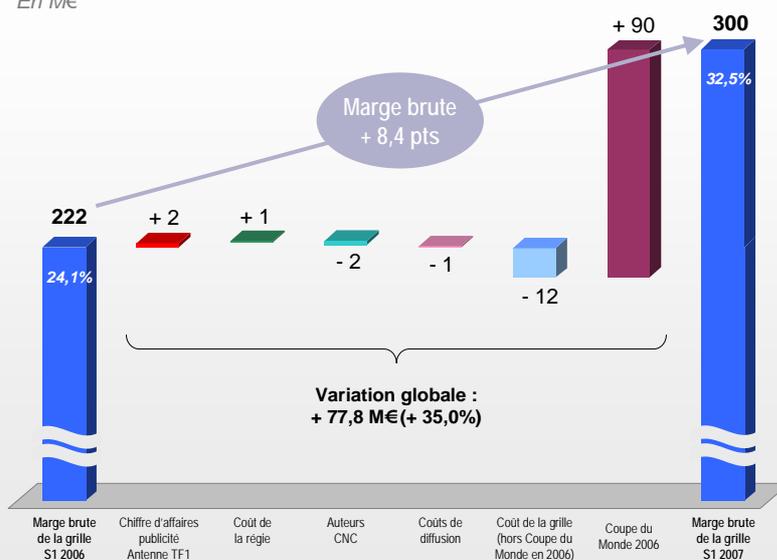
TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

41

Marge brute de la grille - Antenne TF1



En M€



TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

42

Présentation analytique de la marge brute de la grille TF1



M€	S1 2007	S1 2006	Variation	Var %
Recettes de publicité Antenne TF1	924,7	923,1	1,6	0,2%
Coût de la régie	(43,9)	(44,4)	0,5	(1,1%)
Auteurs	(36,0)	(36,9)	0,9	(2,4%)
CNC	(48,4)	(45,8)	(2,6)	5,7%
TDF / Satellites / Circuits	(27,4)	(27,0)	(0,4)	1,5%
Coût de la grille	(468,7)	(457,0)	(11,7)	2,6%
Coupe du Monde de football 2006	-	(89,5)	-	-
Marge brute de la grille	300,3	222,5	77,8	35,0%

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

43

Chiffre d'affaires consolidé par secteur

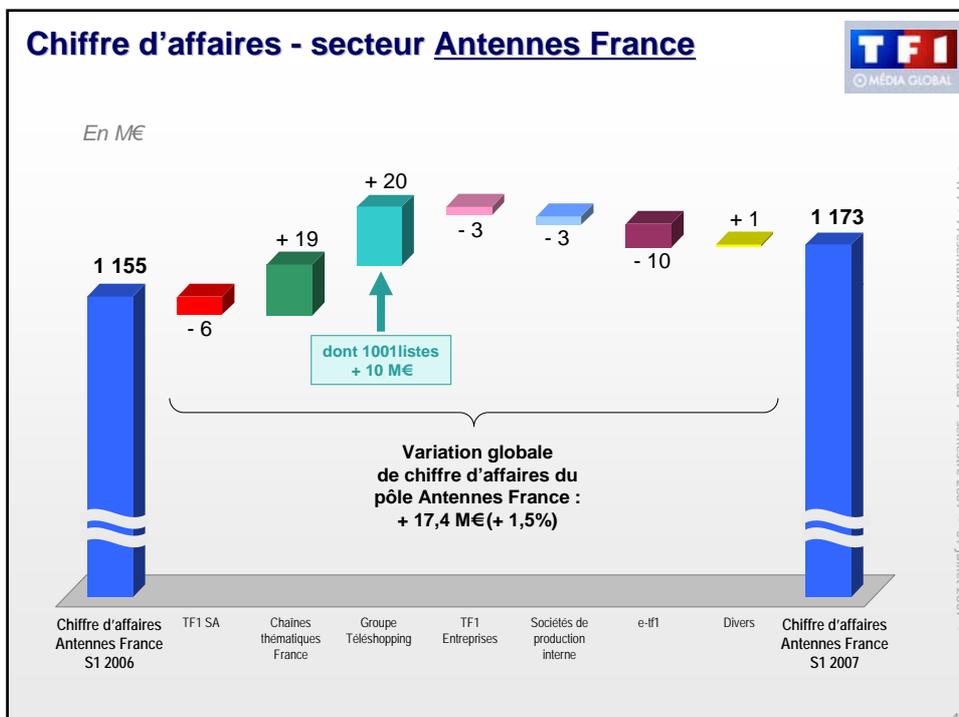
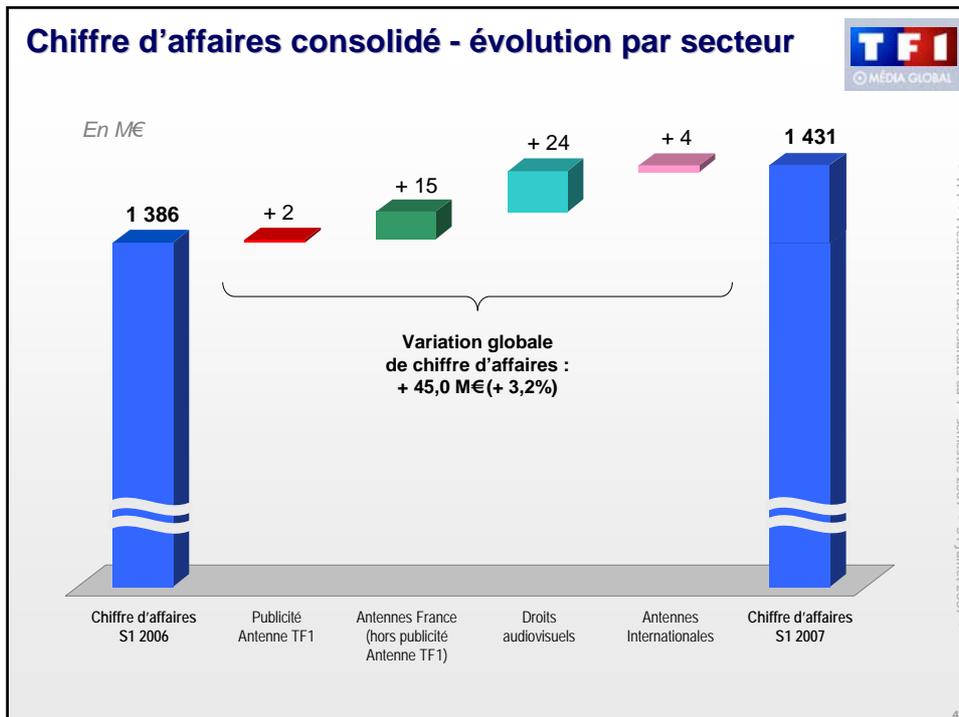


M€	S1 2007	S1 2006	Var	Var %
Antennes France	1 172,5	1 155,1	17,4	1,5%
TF1 SA	928,0	934,1	(6,1)	(0,7%)
Chaînes thématiques France	95,1	76,5	18,6	24,3%
Groupe Téléshopping	79,3	59,7	19,6	32,8%
TF1 Entreprises	14,3	17,2	(2,9)	(16,9%)
e-tf1	27,1	37,5	(10,4)	(27,7%)
Sociétés de production interne	18,6	21,6	(3,0)	(13,9%)
Divers*	10,1	8,5	1,6	18,8%
Droits audiovisuels	125,1	101,2	23,9	23,6%
TF1 Vidéo	70,3	68,9	1,4	2,0%
Catalogue	54,8	32,3	22,5	69,7%
Antennes internationales	133,0	129,3	3,7	2,9%
Chiffre d'affaires - activités poursuivies	1 430,6	1 385,6	45,0	3,2%

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

* Dont principalement TF1 Publicité, SNC Aphélie, WAT et TJM.

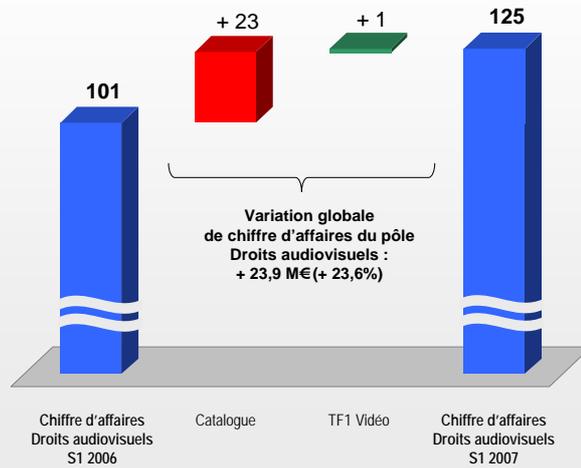
44



Chiffre d'affaires - secteur Droits audiovisuels



En M€



TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

47

Résultat opérationnel courant par secteur



M€	S1 2007	S1 2006	Var	Var %
Antennes France	237,6	182,5	55,1	30,2%
TF1 SA	218,5	160,4	58,1	36,2%
Chaînes thématiques France	1,5	(6,3)	7,8	NA
Groupe Téléshopping	5,3	5,7	(0,4)	(7,0%)
TF1 Entreprises	(1,2)	2,9	(4,1)	NA
e-tf1	(1,1)	1,7	(2,8)	NA
Sociétés de production interne	2,9	2,5	0,4	16,0%
Divers*	11,7	15,6	(3,9)	(25,0%)
Droits Audiovisuels	2,0	10,6	(8,6)	(81,1%)
TF1 Vidéo	3,8	5,8	(2,0)	(34,5%)
Catalogue	(1,8)	4,8	(6,6)	NA
Antennes Internationales	23,9	15,7	8,2	52,2%
Résultat Opérationnel Courant - activités poursuivies	263,5	208,8	54,7	26,2%

* Dont principalement TF1 Publicité, SNC Aphélie, WAT et TJM.

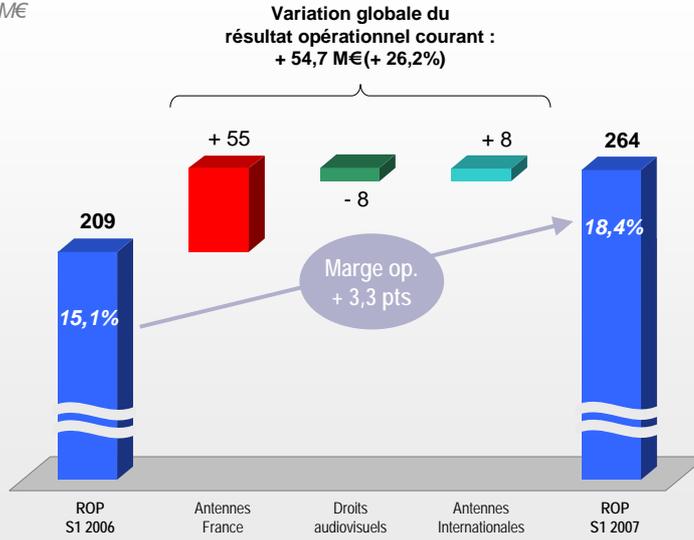
TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 Juillet 2007 -

48

Évolution de la marge opérationnelle par secteur



En M€



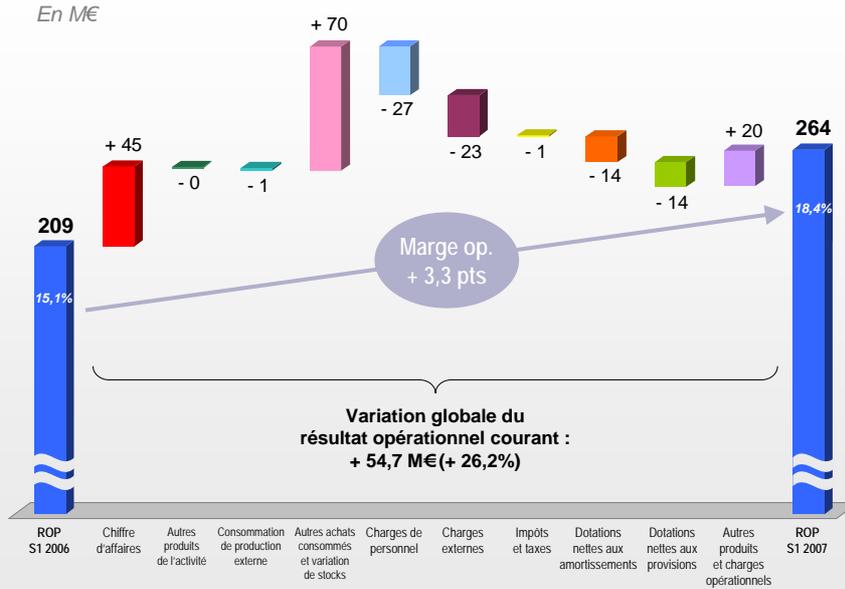
TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

49

Évolution de la marge opérationnelle par nature



En M€



TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

50

Compte de résultat consolidé : partie opérationnelle



M€	S1 2007	S1 2006	Variation	Var %
Chiffre d'affaires	1 430,6	1 385,6	45,0	3,2%
Autres produits de l'activité	0,1	0,3	(0,2)	(66,7%)
Consommation de production externe	(291,2)	(290,1)	(1,1)	0,4%
Autres achats consommés et variation de stocks	(258,7)	(328,3)	69,6	(21,2%)
Charges de personnel	(208,6)	(181,5)	(27,1)	14,9%
Charges externes	(260,3)	(237,6)	(22,7)	9,6%
Impôts et taxes	(75,1)	(74,3)	(0,8)	1,1%
Dotations nettes aux amortissements	(46,3)	(32,0)	(14,3)	44,7%
Dotations nettes aux provisions	(20,7)	(6,8)	(13,9)	x 3,0
Autres produits et charges opérationnels	(6,3)	(26,5)	20,2	(76,2%)
Résultat opérationnel courant	263,5	208,8	54,7	26,2%
<i>Rentabilité opérationnelle en % CA</i>	<i>18,4%</i>	<i>15,1%</i>		
Autres produits et charges opérationnels non courants	-	-	-	-
Résultat opérationnel	263,5	208,8	54,7	26,2%

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

51

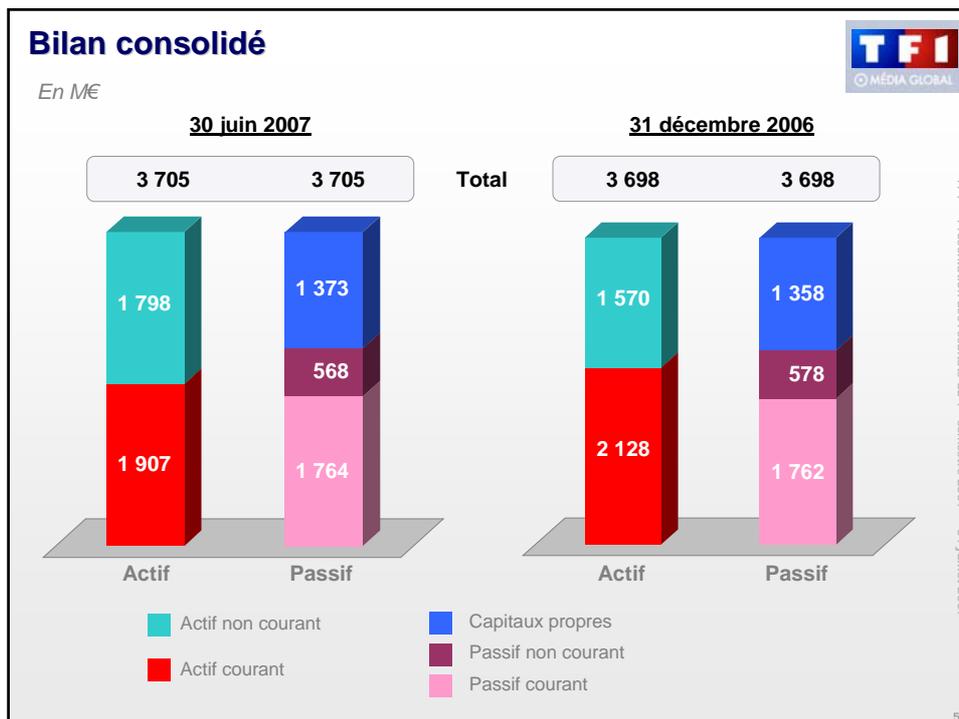
Compte de résultat consolidé : du résultat opérationnel au résultat net



M€	S1 2007	S1 2006	Variation	Var %
Résultat opérationnel	263,5	208,8	54,7	26,2%
Coût de l'endettement financier net	(8,1)	(5,2)	(2,9)	55,8%
Autres produits et charges financiers	17,1	(2,8)	19,9	NS
Impôt	(86,4)	(68,8)	(17,6)	25,6%
<i>Taux d'impôt apparent</i>	<i>31,7%</i>	<i>34,3%</i>		
Q-P résultat des sociétés mises en équivalence	(0,4)	9,4	(9,8)	NS
Résultat net des activités poursuivies	185,7	141,4	44,3	31,3%
Résultat net d'impôt des activités abandonnées	-	30,2	(30,2)	NA
Résultat net de l'ensemble consolidé	185,7	171,6	14,1	8,2%
Résultat hors groupe	-	0,1	(0,1)	NA
Résultat net part du groupe	185,7	171,5	14,2	8,3%

TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

52



Bilan consolidé

ACTIF consolidé (M€)	30/06/07	31/12/06	30/06/06 ⁽¹⁾
Immobilisations incorporelles	162,4	158,3	180,6
Écart d'acquisition	505,0	505,2	482,7
Immobilisations corporelles	151,8	153,0	155,7
Participations dans les entreprises associées	244,3	40,2	48,9
Autres actifs financiers	680,3	657,1	21,7
Actifs d'impôt non courants	54,0	56,4	52,7
Total actifs non courants	1 797,8	1 570,2	942,3
Stocks et en-cours	568,4	569,1	533,0
Clients et autres débiteurs	1 192,4	1 278,7	1 296,9
Actifs d'impôt non courants	52,1	1,7	67,3
Instruments financiers	1,6	3,3	7,4
Trésorerie et équivalents	92,6	275,2	269,9
Total actifs courants	1 907,1	2 128,0	2 174,5
Actifs d'activités en cours de cession	-	-	643,6
Total actif	3 704,9	3 698,2	3 760,4

(1) Le bilan au 30 juin 2006 présente TPS comme une activité en cours de cession.

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 - 54

Bilan consolidé

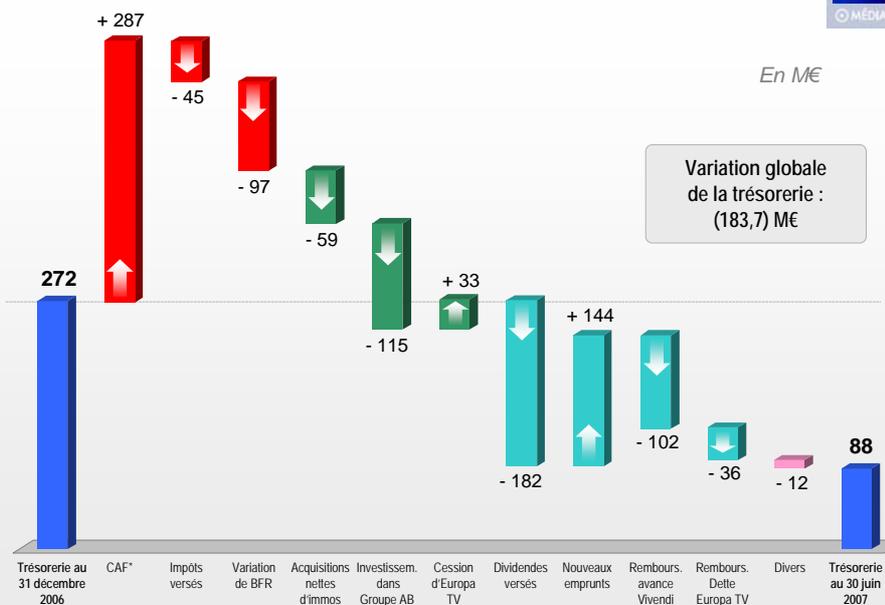


PASSIF consolidé (M€)	30/06/07	31/12/06	30/06/06 ⁽¹⁾
Total capitaux propres part du groupe	1 372,6	1 358,1	1 078,4
Intérêts minoritaires	-	(0,1)	(0,8)
Total capitaux propres	1 372,6	1 358,0	1 077,6
Emprunts long terme	493,8	505,6	543,8
Provisions non courantes	35,0	34,7	32,1
Passif d'impôts non courants	39,0	38,1	42,3
Total passifs non courants	567,8	578,4	618,2
Dettes financières à court terme	170,6	148,7	123,8
Instruments financiers	3,3	3,9	0,9
Fournisseurs et autres créiteurs	1 441,2	1 554,5	1 430,0
Passif d'impôts courants	85,5	1,6	73,5
Provisions courantes	63,9	53,1	37,0
Total passifs courants	1 764,5	1 761,8	1 665,2
Passifs d'activités en cours de cession	-	-	399,4
Total passif	3 704,9	3 698,2	3 760,4
Endettement financier net	571,7	378,5	495,2

(1) Le bilan au 30 juin 2006 présente TPS comme une activité en cours de cession.

55

Tableau de financement consolidé



* Avant charge d'intérêt nette et impôt

56

Tableau de Flux de trésorerie consolidé



Tableau de Flux de trésorerie résumé (M€)	30/06/07	30/06/06	31/12/06
Résultat de l'exercice	185,7	171,6	452,3
CAF avant charge d'intérêt et IS	286,5	263,8	393,0
Impôts versés	(44,8)	(58,4)	(112,0)
Variation de BFR lié à l'activité	(97,4)	(42,1)	42,4
Flux de trésorerie généré par l'activité	144,3	163,3	323,4
<i>dont activités en cours de cession</i>	-	8,7	-
Flux de trésorerie lié aux opérations d'investissement	(155,3)	(50,3)	(135,4)
<i>dont activités en cours de cession</i>	-	(6,4)	-
Flux de trésorerie lié aux opérations de financement	(172,7)	35,1	(33,8)
<i>dont activités en cours de cession</i>	-	(3,4)	-
Variation de trésorerie	(183,7)	148,1	154,2
<i>dont activités en cours de cession</i>	-	(1,1)	-
Trésorerie au début de l'exercice	271,8	117,6	117,6
Trésorerie à la clôture de l'exercice	88,1	265,7	271,8

- TF1 - Présentation des résultats du 1^{er} semestre 2007 - 31 juillet 2007 -

57

Présentation aux analystes des Résultats semestriels 2007

31 juillet 2007

