



# RÉUNION DES ANALYSTES FINANCIERS

23/07/2010

# 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.

**ACTIVITÉ DU GROUPE - I<sup>er</sup> SEMESTRE 2010**

COMPTES - I<sup>er</sup> SEMESTRE 2010

PERSPECTIVES

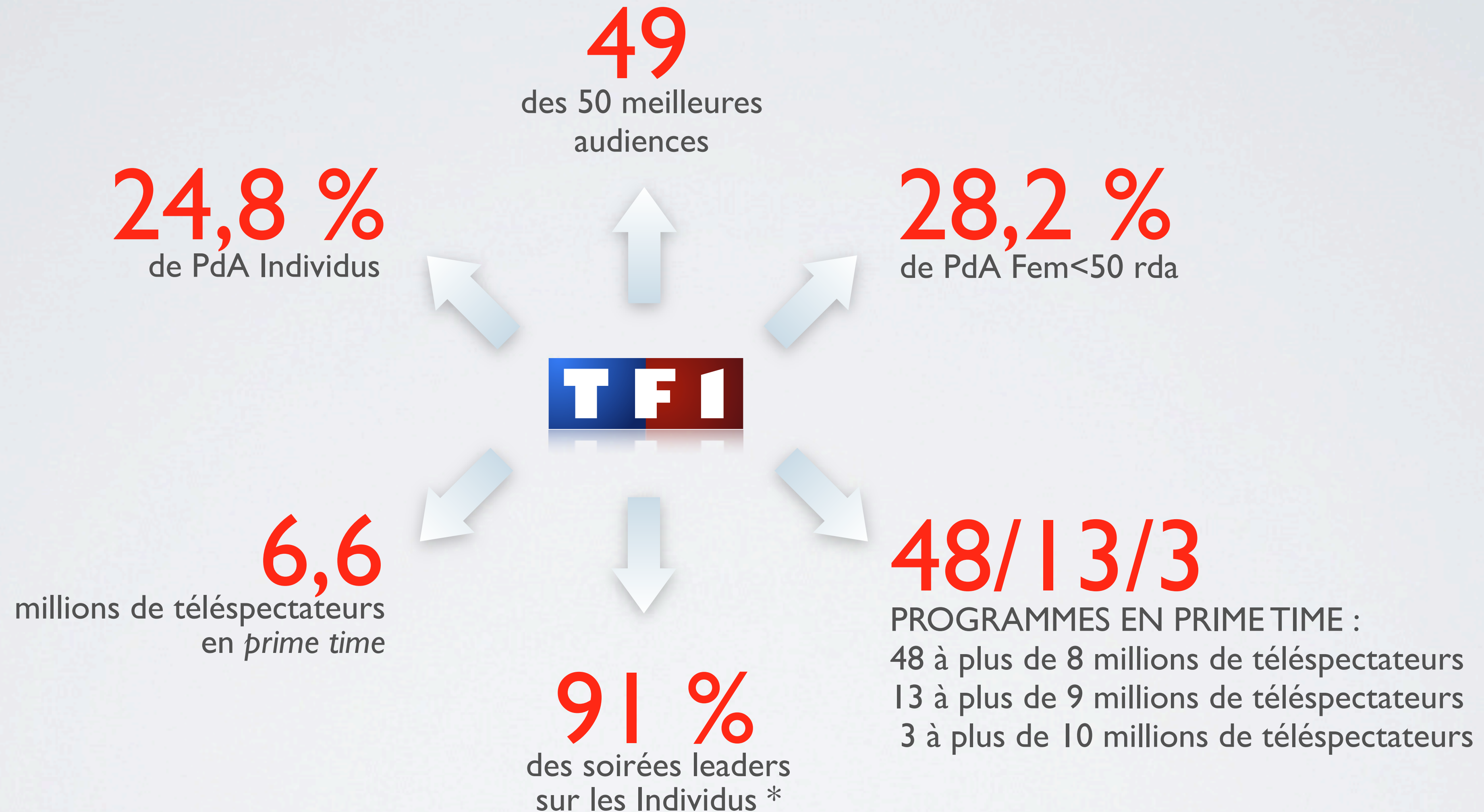
# LE «MULTI-CHAÎNES» ARRIVE À MATURITÉ

Sur les Individus âgés de 4 ans et plus

## PÉNÉTRATION MULTI-CHAÎNES



# 1<sup>er</sup> SEMESTRE - LES CHIFFRES CLÉS



\*Soirées leader sur la durée des *prime time* de TFI  
SOURCE : Médiamétrie - Médiamat - 1<sup>er</sup> semestre 2010

# NOTRE PRINCIPAL ATOUT : LA DIVERSITÉ DES CONTENUS

L'INFORMATION - Record à 10,4 M



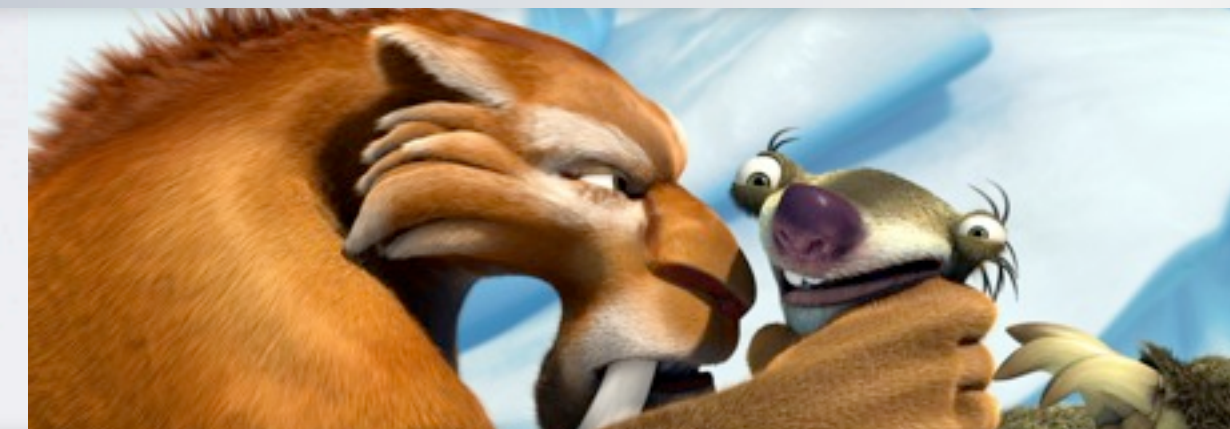
LA SÉRIE US - Record à 9,8 M



LE SPORT - Record à 15,2 M



LE CINÉMA - Record à 7,7 M



LE DIVERTISSEMENT - Record à 11,6 M



LA TÉLÉ-RÉALITÉ - Record à 8,3 M



L'ACCESS - Record à 6,3 M



LA FICTION FRANÇAISE - Record à 9,4 M



# TF1.fr UN SEMESTRE DE RECORDS

AU TOTAL AU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2010

418 MILLIONS DE VIDÉOS EN CATCH-UP VUES

## INFORMATION - Record SI 2010



931 000 CATCH-UP VUES DU SUJET DU 17/06

## SÉRIES US - Record SI 2010



400 000 CATCH-UP VUES DES DEUX DERNIERS ÉPISODES

## TÉLÉFILM - Record SI 2010



2,5M DE CATCH-UP VUES  
800 000 VIDÉOS SUR L'EXCLU WEB «CLEM, 3 ANS APRÈS»

## SPORTS - Record SI 2010



750 000 CONNEXIONS AU LIVE SUR TF1.FR PENDANT LE MATCH «FRANCE - AFRIQUE DU SUD»

## FICTION FRANÇAISE - Record SI 2010



400 000 CATCH-UP VUES DE L'ÉPISODE «ENNEMIS JURÉS» DU 10 MAI

## TÉLÉ-RÉALITÉ - Record SI 2010



1,2M CATCH-UP VUES DE L'ÉMISSION DU 7 MAI

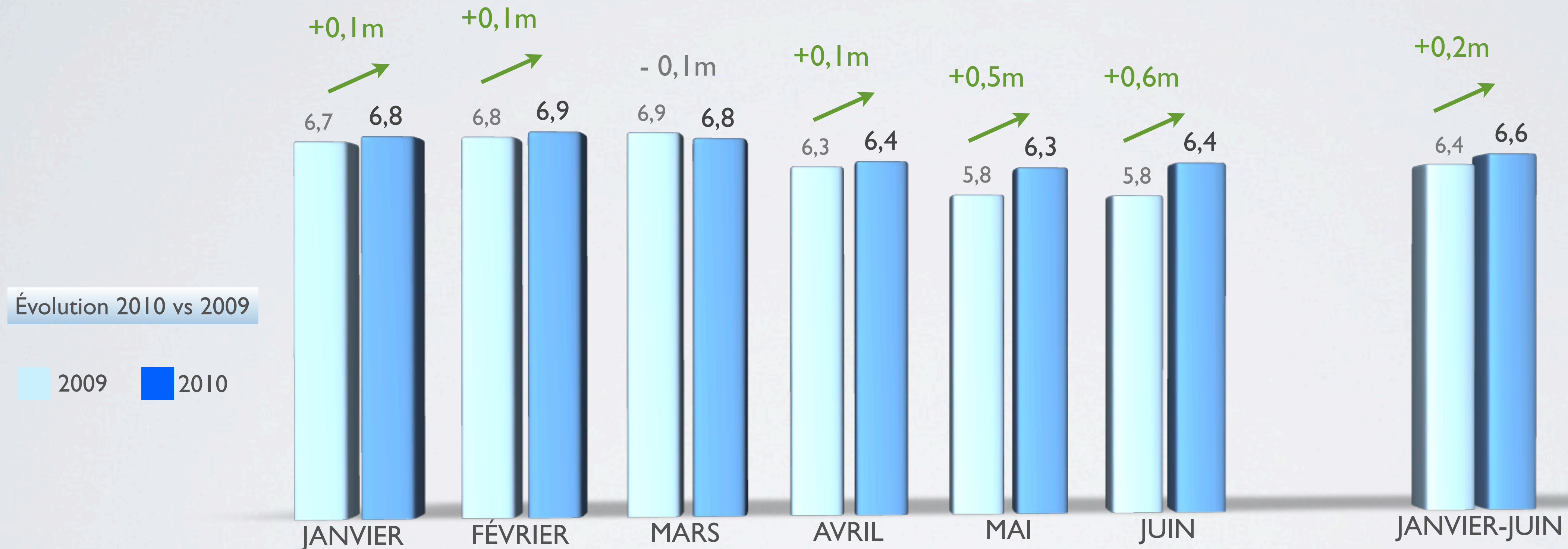
## EN JUIN 2010

68 MILLIONS DE VIDÉOS VUES EN CATCH-UP

- 1 26 519 400 JT 13H. - 20H - WEEK-END
- 2 7 023 600 COUPE DU MONDE
- 3 1 418 000 GOSSIP GIRL
- 4 1 272 600 LE DESTIN DE LISA
- 5 1 200 300 LES FEUX DE L'AMOUR
- 6 706 800 LOST
- 7 564 160 MÉTÉO
- 8 489 300 SECRET STORY
- 9 453 800 PROFILAGE
- 10 408 700 SEPT À HUIT
- 11 363 800 C'EST QUOI L'AMOUR
- 12 258 500 JOSÉPHINE ANGE GARDIEN
- 13 253 400 L'AMOUR EST AVEUGLE
- 14 247 500 CONFESSIONS INTIMES
- 15 237 300 50MIN INSIDE

# BILAN 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2010 : TFI, UNE ÉVOLUTION POSITIVE EN PRIME TIME

Nombre de téléspectateurs en prime time (en millions)



Prime time : 20h45-22h30

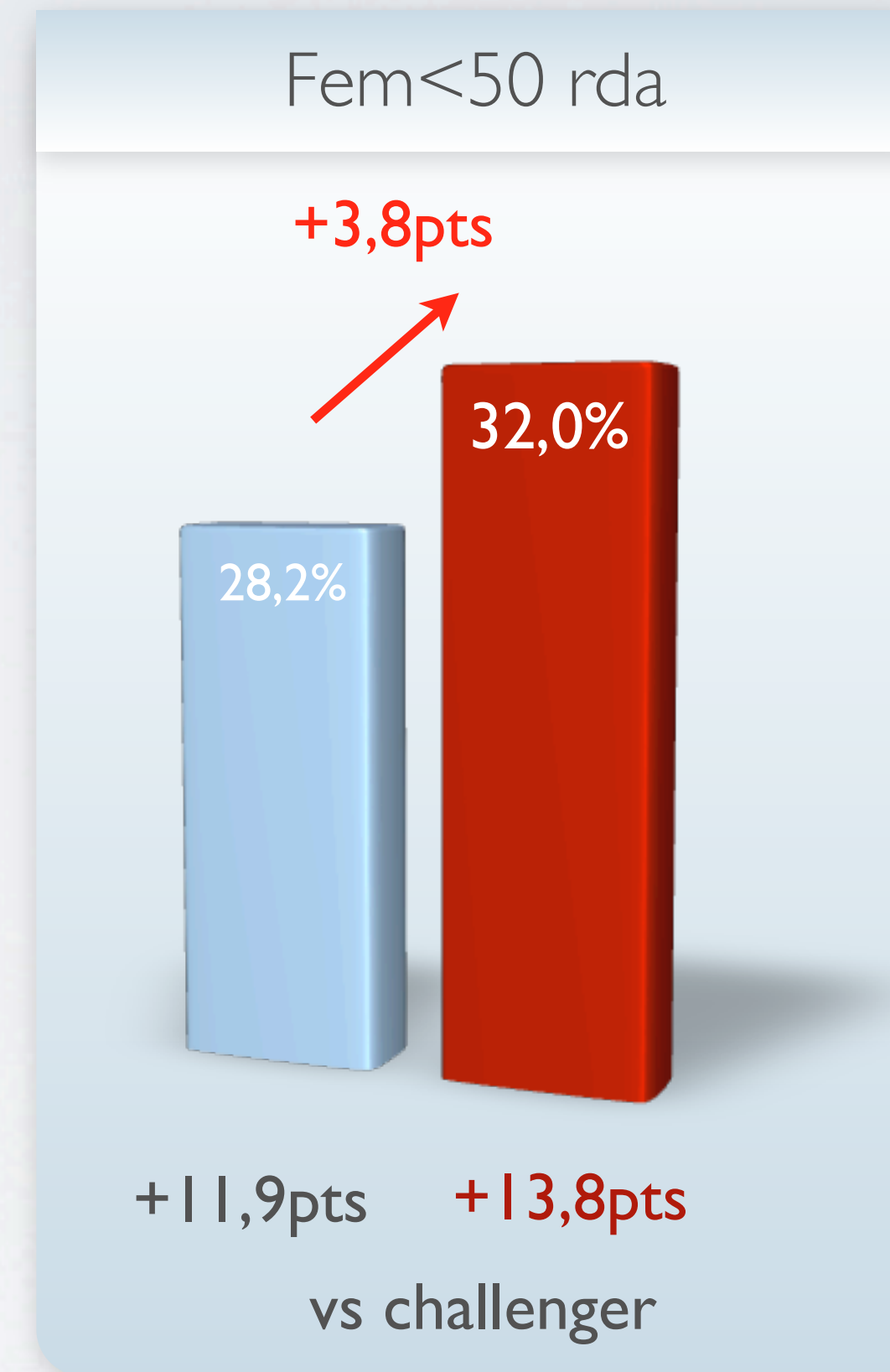
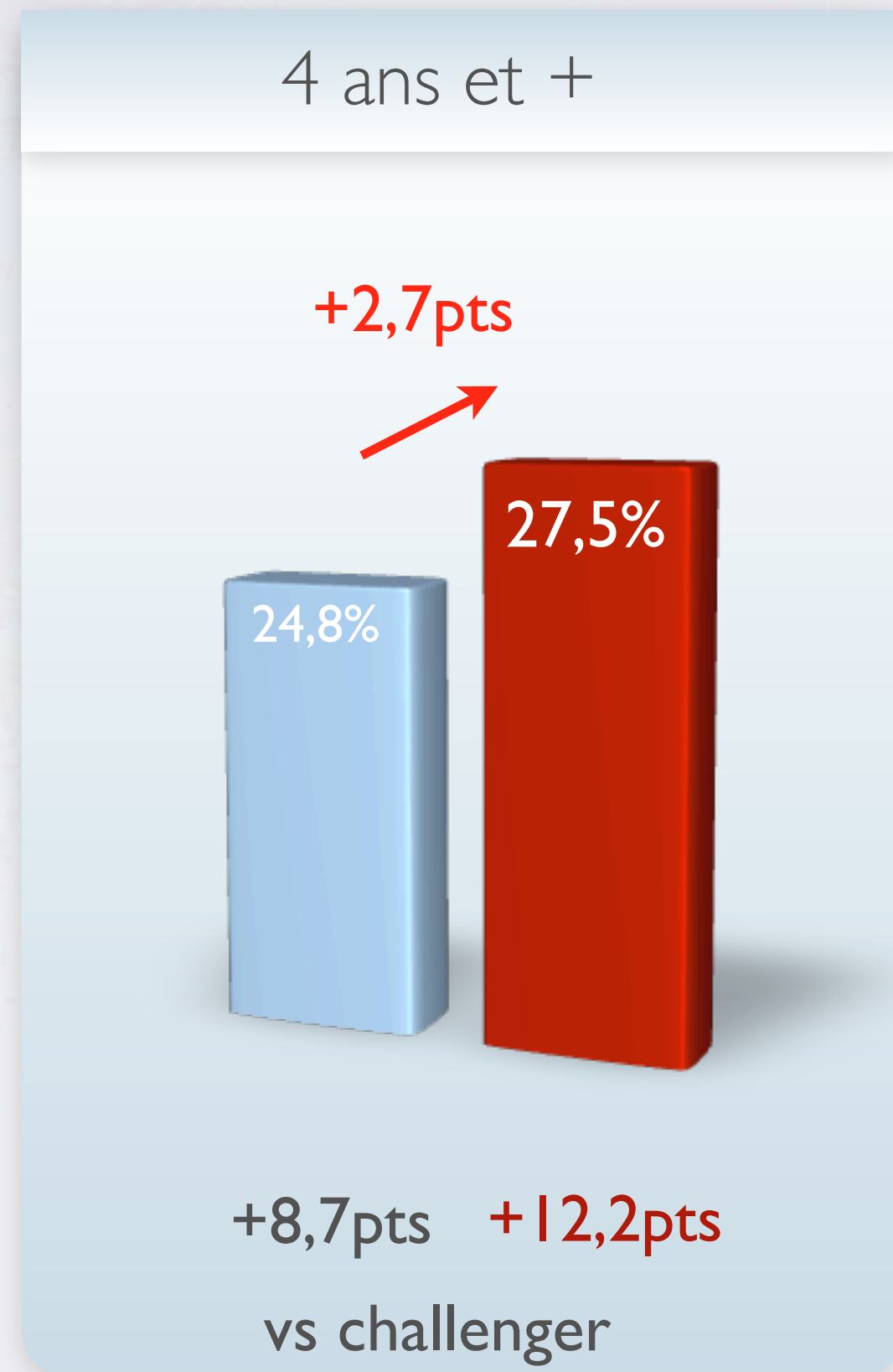
SOURCE : Médiamétrie - Médiamat - 1<sup>er</sup> semestre 2010



# UNE PERFORMANCE ACCRUE SUR LA CASE 19H-25H

Parts d'audience de TFI

- Ensemble de la journée
- 19h - 25h



# LA TÉLÉVISION, 1<sup>er</sup> MÉDIA INVESTI EN 2010

## 1<sup>er</sup> semestre 2010

- Reprise des investissements Plurimédia en brut avec une forte contribution de la TV
- Les investissements TNT sont toujours aussi dynamiques

**PLURIMÉDIA (hors internet)**  
**+11,8 %** (+ 6,5 % sur 2 ans)  
 à 10 809 M€

**DÉTAIL TV**  
 Chaînes historiques : + 13,3 %  
 TNT : + 38,4 %  
**TV Gratuite : + 18,6 %**  
 CabSat : + 6,1 %

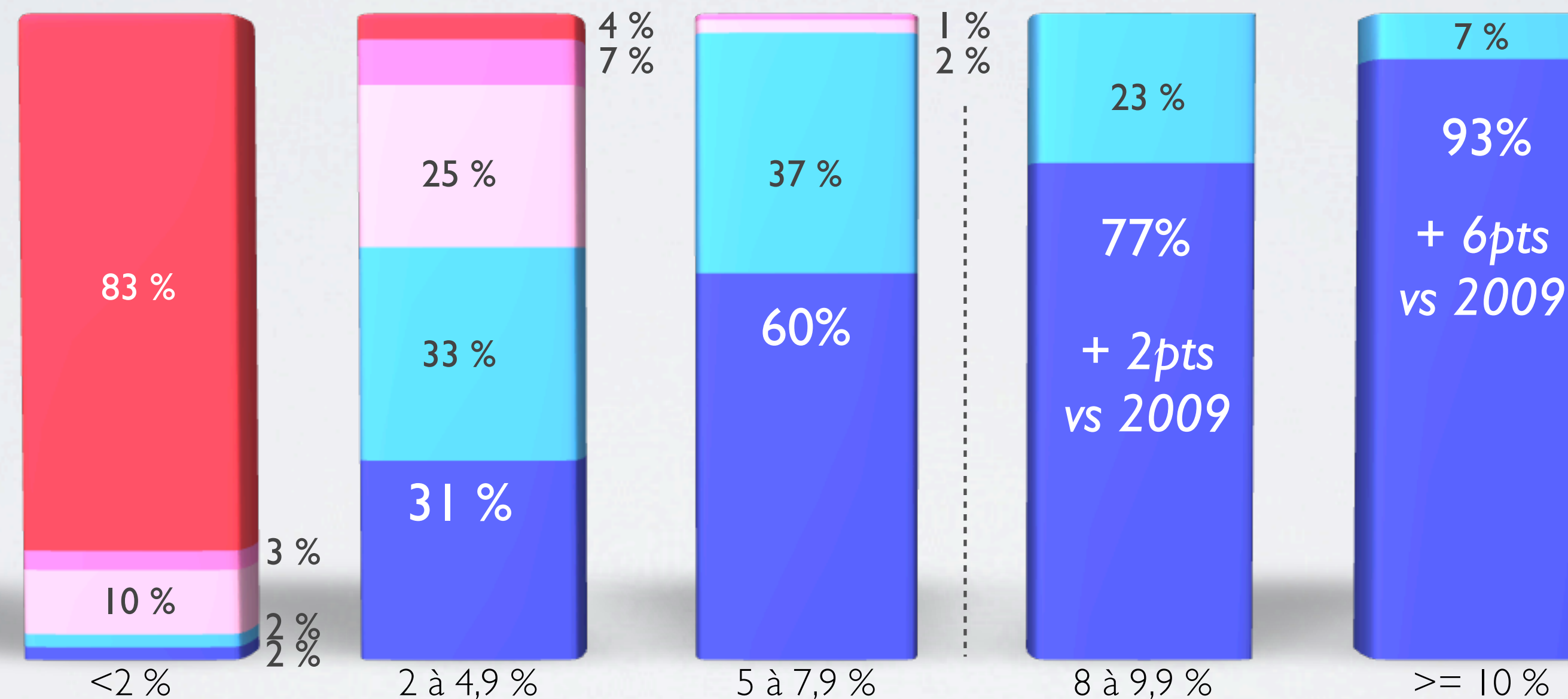


SOURCE : Kantar Média - données brutes - \*rupture méthodologique en 2010 ne permettant pas une évolution avec 2009

# LA TÉLÉVISION «MASS-MEDIA» : UNE EXCLUSIVITÉ TFI

AVEC **33 MILLIONS** DE TÉLÉSPECTATEURS CHAQUE JOUR, TFI DEMEURE LE SEUL MASS-MÉDIA CRITÈRE PUBLICITAIRE ESSENTIEL DANS UN UNIVERS AUDIOVISUEL FRAGMENTÉ

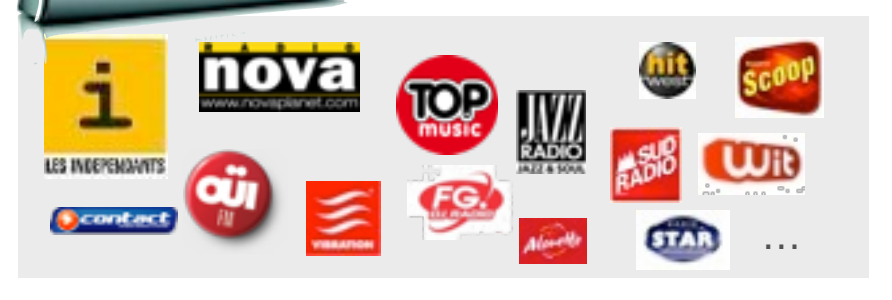
Répartition des écrans par tranche d'audience  
Fem rda < 50 ans -  
1<sup>er</sup> sem 2010



**TFI DÉLIVRE PLUS DE 90 % DES ÉCRANS PUISSANTS, EN HAUSSE DE 6 PTS vs 2009**

## RADIO

PROXIMITÉ / TRAFIC



LES INDÉPENDANTS : 1<sup>ÈRE</sup> OFFRE PUBLICITAIRE SUR LES 25-49 ANS  
PRÈS DE 8 MILLIONS D'AUDITEURS EN MOYENNE CHAQUE JOUR

PUISSANCE



ÉMERGENCE



ENTERTAINMENT

DIGITAL

PUBLICITÉ DU RÉEL

PUBLICITÉ EN DIRECT

HABILLAGE ÉCRANS

RICH SPONSORING

PLACEMENT DE PRODUITS

TV INTERACTIVE

MY TFI

TFI CONSO

## THÉMATIQUES

AFFINITÉ / CIBLAGE



**FÉDÉRATRICE**

HOMMES / CSP+

**GÉNÉRALISTE**

FEMMES / JEUNES

**JEUNES**

ENFANTS / MAMANS

**SEGMENTANTES**

CSP+

LES CHAÎNES EN RÉGIE CHEZ TFI PUB : PRÈS DE 13 MILLIONS D'INDIVIDUS COUVERTS À L'ISSUE D'UNE SEMAINE  
TV BREIZH, 1<sup>ÈRE</sup> CHAÎNE PAYANTE AUPRÈS DES FEMMES RDA < 50 ANS

## WEB

PROXIMITÉ / INTERACTIVITÉ



**DIVERTISSEMENT**

**INFORMATION**

**SPORT**

**FEMMES**

**JEUNES**

TFI.FR : UNE OFFRE PUBLICITÉ AUTOUR DE LA VIDÉO TRÈS ATTRACTIVE

## MOBILE

ONE TO ONE / INTERACTIVITÉ



**MARQUES MÉDIAS**

**PORTAIL OPÉRATEURS**

TFI PUB : 3<sup>ÈME</sup> RÉGIE MOBILE DANS UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION (+30% VS 2009)

## 2 NOUVELLES CHAÎNES GRATUITES : TMC ET NT1



**3,2 %** de part d'audience en juin 2010 sur les Individus âgés de 4 ans et plus

**3,7 %** de part d'audience en juin 2010 sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats

Record d'audience : **1,7 million** (janvier 2010)

Chiffre d'affaires 2009 = **65 M€**

Résultat opérationnel 2009 = **15,5 M€**

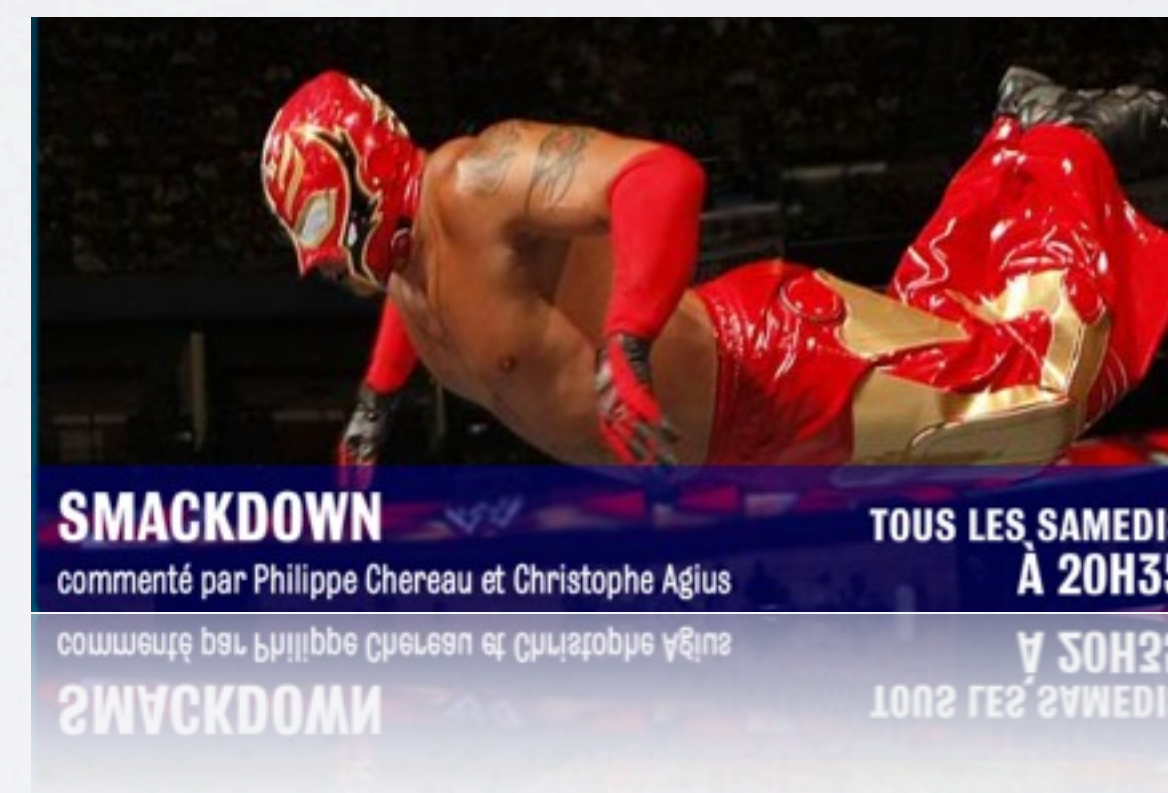


**1,5 %** de part d'audience en juin 2010 sur les Individus âgés de 4 ans et plus

**1,3 %** de part d'audience en juin 2010 sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats

Chiffre d'affaires 2009 = **25 M€**

Résultat opérationnel 2009 = **0 M€**



# RENFORCER NOTRE OFFRE NUMÉRIQUE POUR OPTIMISER SON EFFICACITÉ

4 GRANDS RDV sur LCI  
3 ÉMISSIONS SUR LCI RADIO



27 MEILLEURES RENCONTRES  
UNE LARGE OFFRE MAGAZINE

LE JT AUX COULEURS DE L'AFRIQUE DU SUD

LES 64 MATCHES  
300 HEURES DE PROGRAMMES



UN SITE DÉDIÉ

27 MEILLEURS MATCHES EN LIVE  
64 MATCHES EN CATCH-UP

TOUS LES SITES DU GROUPE SOLLICITÉS

PARIS EN DIRECT  
MULTIPLEX LIVE BETTING



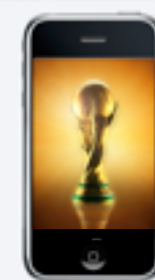
HOME PAGE - PAGE ÉVÉNEMENTIELLE  
ÉMISSIONS DE LCI EN CATCH-UP

UN NOUVEAU PLAYER  
AVEC CONTRÔLE DU DIRECT



SUR LES BBOX ET LIVEBOX  
ESPACE DÉDIÉ

UNE APPLICATION IPHONE DÉDIÉE PAYANTE



PARTAGER L'ÉVÈNEMENT



PARTENARIAT AVEC FACEBOOK  
LIVEFEED SUR TFI.FR  
JEUX ONLINE

LA PREMIÈRE COUPE DU MONDE 100 % NUMÉRIQUE ET 360°



# BILAN DE LA COUPE DU MONDE DE LA FIFA 2010

## SUCCÈS DES AUDIENCES SUR TOUTES LES CASES

- 15,2 M pour France-Mexique à 20H
- 8,4 M pour France-Afrique du Sud à 16h
- 4,7 M en moyenne pour « Coupe du Monde de la FIFA 2010, Le Mag »
- Au total : 40 % sur les Ind. âgés de 4 ans et + et 7,1 M de téléspectateurs sur les 27 matches
- 39 % sur les Ind. âgés de 4 ans et + et 8,9 M pour les matches en prime time
- 9 matches à plus de 8 M de téléspectateurs



## SUCCÈS DES SITES DU GROUPE

- 10 M de vidéos vues sur le site dédié
- 31 M de visiteurs uniques
- Près de 250K téléchargements de l'application iPhone
- 334 K paris sur EurosportBET et 40 K abonnés

## UN BILAN GLOBALEMENT POSITIF EN TERMES DE REVENUS POUR LE GROUPE

- Des recettes publicitaires brutes pour la chaîne TFI sur les matches à 75 M€ (hors parrainage)
- un taux de remplissage de 98 %
- Des revenus complémentaires publicitaires avant et après la Coupe du Monde de la FIFA
- sur Eurosport et le web, le mobile, l'IPTV

## 120 M€ DE DROITS

- 33 M€ revendus à FranceTélévisions et Canal +
- 17 M€ de provisions pour moins value de cession en 2009
- des coûts de production optimisés

BILAN

DES DROITS OPTIMISÉS



# UNE EXPANSION TERRITORIALE EXCEPTIONNELLE

## EUROPE

**EUROSPORT** 120M FOYERS    **EUROSPORT 2** 45M FOYERS

**EUROSPORT HD** 10M FOYERS    **EUROSPORT 2 HD** 1M FOYERS

**EUROSPORT NEWS** 6M FOYERS

20 LANGUES - 59 PAYS    15 LANGUES - 46 PAYS

**EUROSPORT .COM** 9 LANGUES - 12M VISITEURS UNIQUES MAI 2010

## ASIE - PACIFIQUE

**EUROSPORT** 5M FOYERS    **EUROSPORT NEWS** 4M FOYERS

2 LANGUES - 18 PAYS

**EUROSPORT .COM** 2 LANGUES - 5M VISITEURS UNIQUES MAI 2010

## RESTE DU MONDE

**EUROSPORT .COM** 2 LANGUES - 2,5M VISITEURS UNIQUES MAI 2010

## AFRIQUE

**EUROSPORT AFRICA**

LANCEMENT PRÉVU EN AFRIQUE LUSOPHONE DÉBUT 2011

**EUROSPORT NEWS**

DIFFUSER **EN EUROPE**  
LES GRANDS ÉVÈNEMENTS EN DIRECT  
(TV, NEWS, INTERNET)

EXPORTER **HORS D'EUROPE**  
LE SPORT EUROPÉEN ET SES GRANDS  
ÉVÈNEMENTS (TV, NEWS, INTERNET)





# UN DÉVELOPPEMENT SUR TOUS LES CANAUX

## DES SITES INTERNETS



À FIN JUIN 2010

- 1<sup>er</sup> SITE SPORTIF EUROPÉEN
- 6<sup>ème</sup> MARQUE DE SPORT EN LIGNE AU MONDE
- 20 MILLIONS DE VISITEURS UNIQUES SUR LES SITES EUROSPORT

## DE NOUVEAUX PRODUITS



À FIN JUIN 2010

- 2,5 MILLIONS DE TÉLÉCHARGEMENTS DE L'APPLICATION EUROSPORT SUR IPHONE
- DISPONIBLE SUR ANDROÏD, BLACKBERRY ET SUR IPAD

## DES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES



À FIN JUIN 2010

- 10 MILLIONS DE FOYERS RECEVANT EUROSPORT HD APRÈS 2 ANS
- 1<sup>ÈRE</sup> CHÂÎNE DISTRIBUÉE EN HAUTE DÉFINITION
- SUR LA ROUTE DE LA 3D AVEC ROLAND GARROS

26,4 MILLIONS D'EUROPÉENS EN CONTACT AVEC UN MÉDIA EUROSPORT CHAQUE JOUR

# DES INITIATIVES SUR TOUTES LES FILIALES ET DANS TOUS LES DOMAINES

DES SITES WEBS INNOVANTS

DES SORTIES EN SALLES  
PLÉBISCITÉES PAR LE PUBLIC



Refonte de WAT.TV, coupe-du-monde.tfl.fr,  
tfl.fr/jeux/



Camping 2, Adèle Blanc Sec, Les Invités de mon Père

PRISES D'INITIATIVES MAJEURES À TFI PUB



TFI CONSO...

RENOUVELLEMENT DU PÔLE DÉCOUVERTE



STYLIA (ODYSSÉE)

EXTENSION DU TERRITOIRE TFI GAMES



1 000 Bornes...

LANCEMENT DE MULTIPLES  
PARTENARIATS MUSICAUX



Christophe Maé, Mozart, Spiritus Dei

DÉVELOPPEMENT DU E-COMMERCE



placesdestendances.com

CONCRÉTISATION DE NOS  
INNOVATIONS PRODUITS



TFI HD, TFI 3D, MyTFI, VOD, Player TFI, Player  
Eurosport, TV connectées...

CONQUÊTE DE NOUVEAUX TERRITOIRES



TFI Production, EurosportBET, FDJ, CRM

RÉALISATION DE PARTENARIATS MAJEURS



UGC, Sony, Samsung, FDJ

ACTIVITÉ DU GROUPE - I<sup>er</sup> SEMESTRE 2010

**COMPTES - I<sup>er</sup> SEMESTRE 2010**

PERSPECTIVES

# CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE

## ÉVOLUTION

M€	SI 2009	SI 2010	Var. M€	Var. (%)
Chiffre d'affaires consolidé	1 130,1	1 284,6	+ 154,5	+ 13,7%
Chiffre d'affaires Publicité TFI SA	686,5	764,6	+ 78,1	+ 11,4 %
Chiffre d'affaires Diversification	443,6	520,0	+ 76,4	+ 17,2 %

### DÉTAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE

Antenne TFI	686,5	764,6	+ 78,1	+ 11,4 %
Thématiques France	40,4	46,8	+ 6,4	+ 15,8 %
Internet France	5,3	9,2	+ 3,9	+ 73,6 %
Eurosport International	29,3	38,3	+ 9,0	+ 30,7 %
Radio	4,4	5,6	+ 1,2	+ 27,3 %
Divers	1,6	0,4	-1,2	- 75,4 %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE TOTAL</b>	<b>767,5</b>	<b>864,9</b>	<b>+ 97,4</b>	<b>+ 12,7%</b>

# ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ PAR ACTIVITÉ

M€	SI 2009	SI 2010	Var. M€	Var. (%)
<b>Antennes France</b>	<b>913,0</b>	<b>1 043,4</b>	<b>+ 130,4</b>	<b>+ 14,3 %</b>
TFI SA	691,1	769,5	+ 78,4	+ 11,3 %
Téléshopping	55,8	59,8	+ 4,0	+ 7,2 %
Chaînes thématiques France	97,5	107,9	+ 10,4	+ 10,7 %
TFI Entreprises	13,7	15,8	+ 2,1	+ 15,3 %
Production	10,5	10,1	- 0,4	- 3,8 %
e-TFI	36,9	37,3	+ 0,4	+ 1,1 %
Divers	7,5	43,0	+ 35,5	ns
<b>Droits Audiovisuels</b>	<b>68,9</b>	<b>60,0</b>	<b>- 8,9</b>	<b>- 12,9 %</b>
Catalogue	25,8	24,4	- 1,4	- 5,4 %
TFI Vidéo	43,1	35,6	- 7,5	- 17,4 %
<b>Antennes Internationales</b>	<b>147,3</b>	<b>181,2</b>	<b>+ 33,9</b>	<b>+ 23,0 %</b>
<b>Activités diverses</b>	<b>0,9</b>	<b>0,0</b>	<b>- 0,9</b>	<b>ns</b>
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL</b>	<b>1 130,1</b>	<b>1 284,6</b>	<b>+ 154,5</b>	<b>+ 13,7 %</b>

# COÛT DE GRILLE

## CHAÎNE TFI

M€	SI 2009	SI 2010	Var. M€	Var. (%)
<b>TOTAL COÛT DE LA GRILLE</b>	<b>455,3</b>	<b>482,6</b>	<b>+ 27,3</b>	<b>+ 6,0 %</b>
ÉVÉNEMENTS SPORTIFS		<b>60,1</b>	+ 60,1	ns
<b>TOTAL HORS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS</b>	<b>455,3</b>	<b>422,5</b>	<b>- 32,8</b>	<b>- 7,2 %</b>
Variétés / Jeux / Magazines	114,3	119,1	+ 4,8	+ 4,2 %
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	150,0	139,8	- 10,2	- 6,8 %
Sports (hors événements sportifs)	67,2	54,0	- 13,2	- 19,6 %
Information	52,2	54,4	+ 2,2	+ 4,2 %
Films	60,1	45,8	- 14,3	- 23,8 %
Jeunesse	11,5	9,4	- 2,1	- 18,3 %

# COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

M€	SI 2009	SI 2010	Var. M€	Var. (%)
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 130,1</b>	<b>1 284,6</b>	<b>+154,5</b>	<b>+13,7 %</b>
Total coût de la grille avec événements sportifs spéciaux	- 455,3	- 482,6	- 27,3	+ 6,0 %
Total autres charges et produits d'exploitation	- 585,0	- 665,5	- 80,5	+13,8 %
Dotations nettes aux amortissements et provisions et reprises	-52,3	- 32,1	+ 20,2	- 38,6 %
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>37,5</b>	<b>104,4</b>	<b>+ 66,9</b>	<b>x 2,8</b>
<b>Taux de marge</b>	<b>3,3 %</b>	<b>8,1 %</b>	<b>+ 4,8 pts</b>	<b>-</b>
Coût de l'endettement financier net	- 9,8	- 10,4	- 0,6	+ 6,1 %
Autres produits et charges financiers	+ 19,6	+ 3,4	- 16,2	- 82,7 %
Impôt	- 5,6	- 30,3	- 24,7	ns
Quote-part des sociétés mises en équivalence	+ 7,4	+ 6,8	- 0,6	- 8,1 %
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>49,1</b>	<b>73,9</b>	<b>+ 24,8</b>	<b>+ 50,5 %</b>

# BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF CONSOLIDÉ	M€	30/06/10	31/12/09	30/06/09
Total actifs non courants		1 348,6	1 143,1	1 160,4
Total actifs courants		2 355,5	2 539,7	2 600,2
<b>TOTAL ACTIF</b>		<b>3 704,1</b>	<b>3 682,8</b>	<b>3 760,6</b>
PASSIF CONSOLIDÉ	M€	30/06/10	31/12/09	30/06/09
Total capitaux propres		1 387,8	1 396,6	1 327,8
Total passifs non courants		61,3	45,8	861,7
Total passifs courants		2 255,0	2 240,4	1 571,1
<b>TOTAL PASSIF</b>		<b>3 704,1</b>	<b>3 682,8</b>	<b>3 760,6</b>
Trésorerie nette (+) endettement financier net (-)		- 120,1	+ 72,8	- 820,3

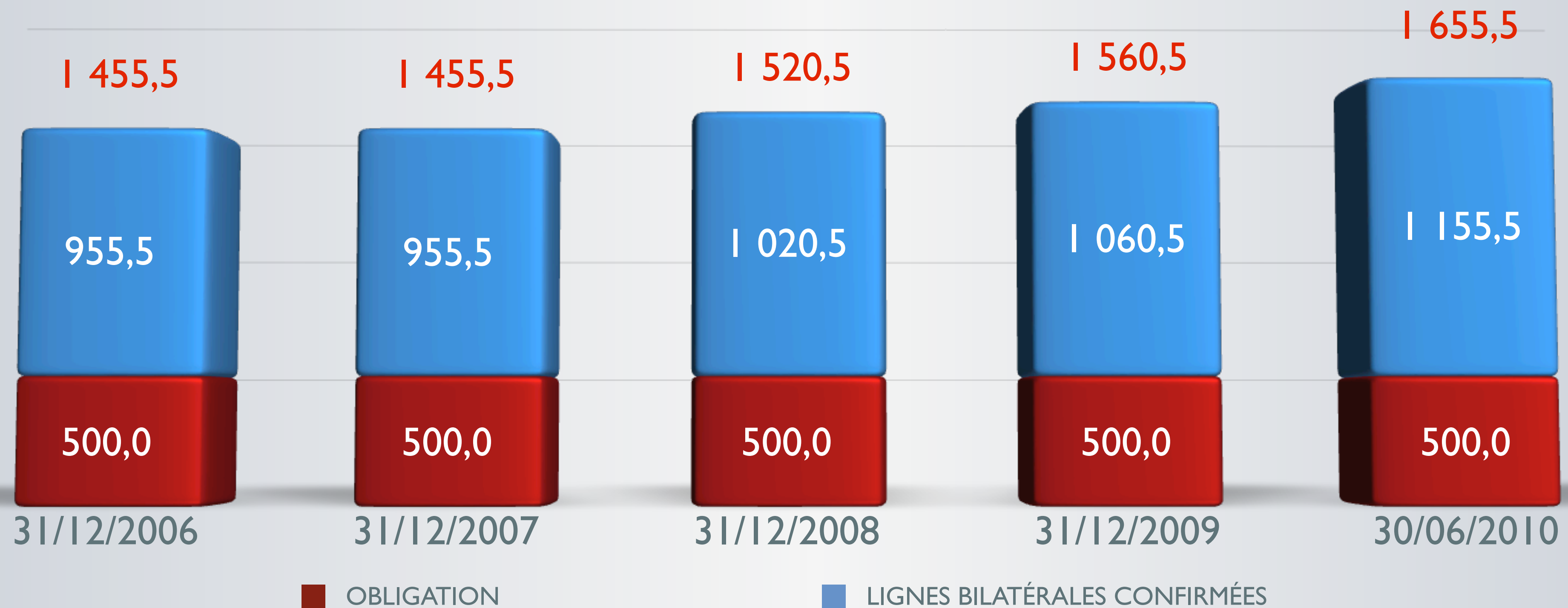


# TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

M€	30/06/10	30/06/09	31/12/09
CAF avant charge d'intérêt et IS	132,5	85,0	185,8
Impôts versés	3,0	38,5	32,3
Variation de BFR lié à l'activité	- 3,2	- 81,1	23,8
<b>Flux de trésorerie générés par l'activité</b>	<b>132,3</b>	<b>42,4</b>	<b>241,9</b>
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	- 222,7	- 51,2	654,8
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	- 61,0	1,9	- 325,7
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>- 151,4</b>	<b>- 6,9</b>	<b>571,0</b>
Trésorerie au début de l'exercice	566,8	- 4,2	- 4,2
Trésorerie à la clôture de l'exercice	415,4	- 11,1	566,8

# UNE SITUATION FINANCIÈRE SOLIDE

Echéancier des financements confirmés (M€)



- ✓ Aucun covenant financier
- ✓ Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul

# PLAN D'OPTIMISATION

M€	2008	2009	SI 2010
Coût de grille hors événements sportifs*		+35	+ 12
Renégociation des contrats	+8	+21	+ 6
Autres charges	+24	+18	
<hr/>			
Plan d'optimisation	+32	+74	+18

\* éléments récurrents

ACTIVITÉ DU GROUPE - I<sup>er</sup> SEMESTRE 2010

COMPTES - I<sup>er</sup> SEMESTRE 2010

**PERSPECTIVES**

# PERSPECTIVES DE CHIFFRE D'AFFAIRES

En millions d'euros

Chiffre d'affaires consolidé

2009

2010(e)

Var.

2 365

2 530

+ 7 %

- Croissance économique
- Maintien du niveau de consommation des ménages
- Pénétration multi-chaînes estimée à 94,5 % à fin 2010

# TF1 : UNE STRATÉGIE QUI S'EXÉCUTE COMME PRÉVU

## UNE GESTION RIGOUREUSE

- ▶ Une organisation axée sur la performance
- ▶ Un modèle économique en adaptation constante
- ▶ Des filiales relancées
- ▶ Des partenariats pour sécuriser les domaines à risque et à forte valeur ajoutée

 **DES COÛTS MAÎTRISÉS**

## DES RELAIS DE CROISSANCE SUPPLÉMENTAIRES LIÉS AUX ÉVOLUTIONS TECHNOLOGIQUES

- ▶ Nos contenus désormais partout, tout le temps, sous toutes les formes : TV, IPTV, Internet, mobile, TV connectées, VOD...
- ▶ Un potentiel de revenus mêlant publicité, contribution forfaitaire des opérateurs télécoms et services additionnels payants

 **DES REVENUS PLUS DIVERSIFIÉS**

**UN RETOUR À LA RENTABILITÉ**

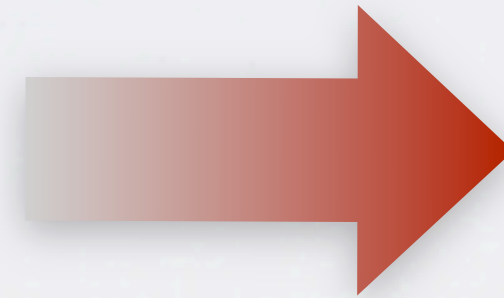
# TF1 : UNE PRÉSENCE SUR TOUS LES MARCHÉS



GAGNER LA BATAILLE COMMERCIALE  
SUR TOUS LES TERRAINS DU B to B OU B to C

## NOTRE STRATÉGIE **2013**

**CONQUÉRIR DES  
POSITIONS MAJEURES**



- ▶ DANS LA CRÉATION
- ▶ DANS L'OFFRE MÉDIA
- ▶ DANS LA COMMERCIALISATION

### **VALORISER**

UN MODÈLE DE PUISSANCE  
PUBLICITAIRE UNIQUE

### **EXPLOITER**

NOS PREMIERS PARTENARIATS  
DE DISTRIBUTION NOVATEURS

### **MULTIPLIER**

LES OFFRES A DESTINATION  
DE NOS PUBLICS