



LE GROUPE

RÉUNION DES ANALYSTES

18 FÉVRIER 2016

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.

DES ENGAGEMENTS CLAIRS POUR 2015

1

UNE OFFRE QUI
DOIT CONTINUER
À ÉVOLUER
NOTAMMENT
AVEC LA
TECHNOLOGIE

2

AGILITÉ ET
OPTIMISATION
PERMANENTE DES
MOYENS

3

CRÉATION
DE
VALEUR

4

RÉGLEMENTATION

5

CITOYENNETÉ

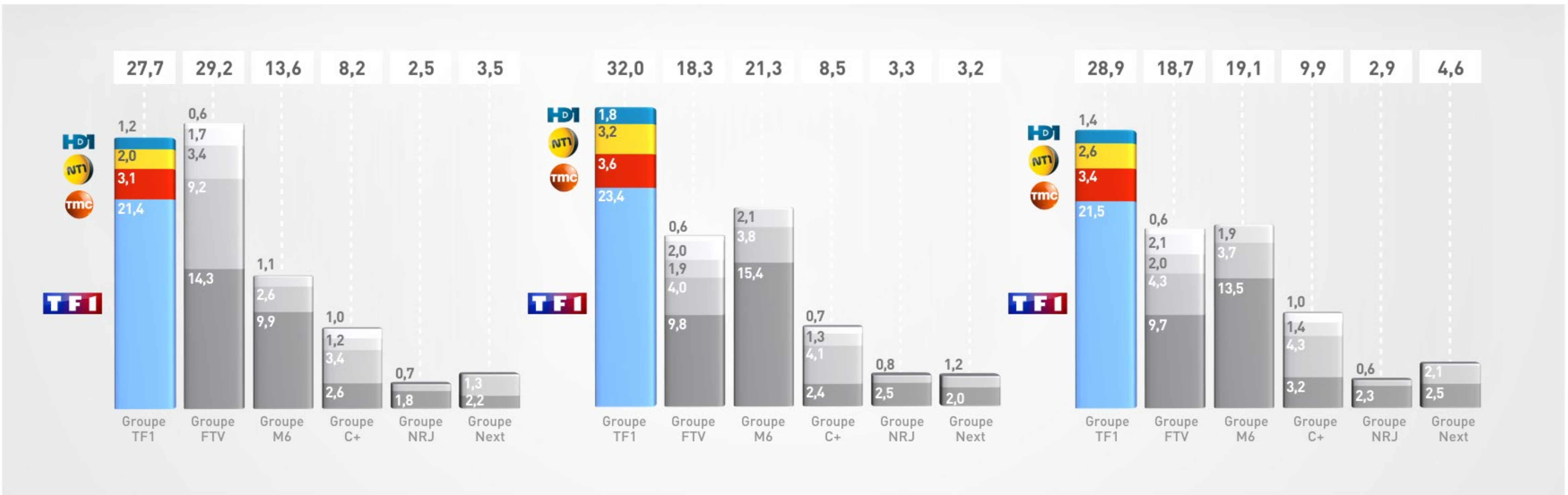
DES ENGAGEMENTS TENUS

4 ANS ET + (%)

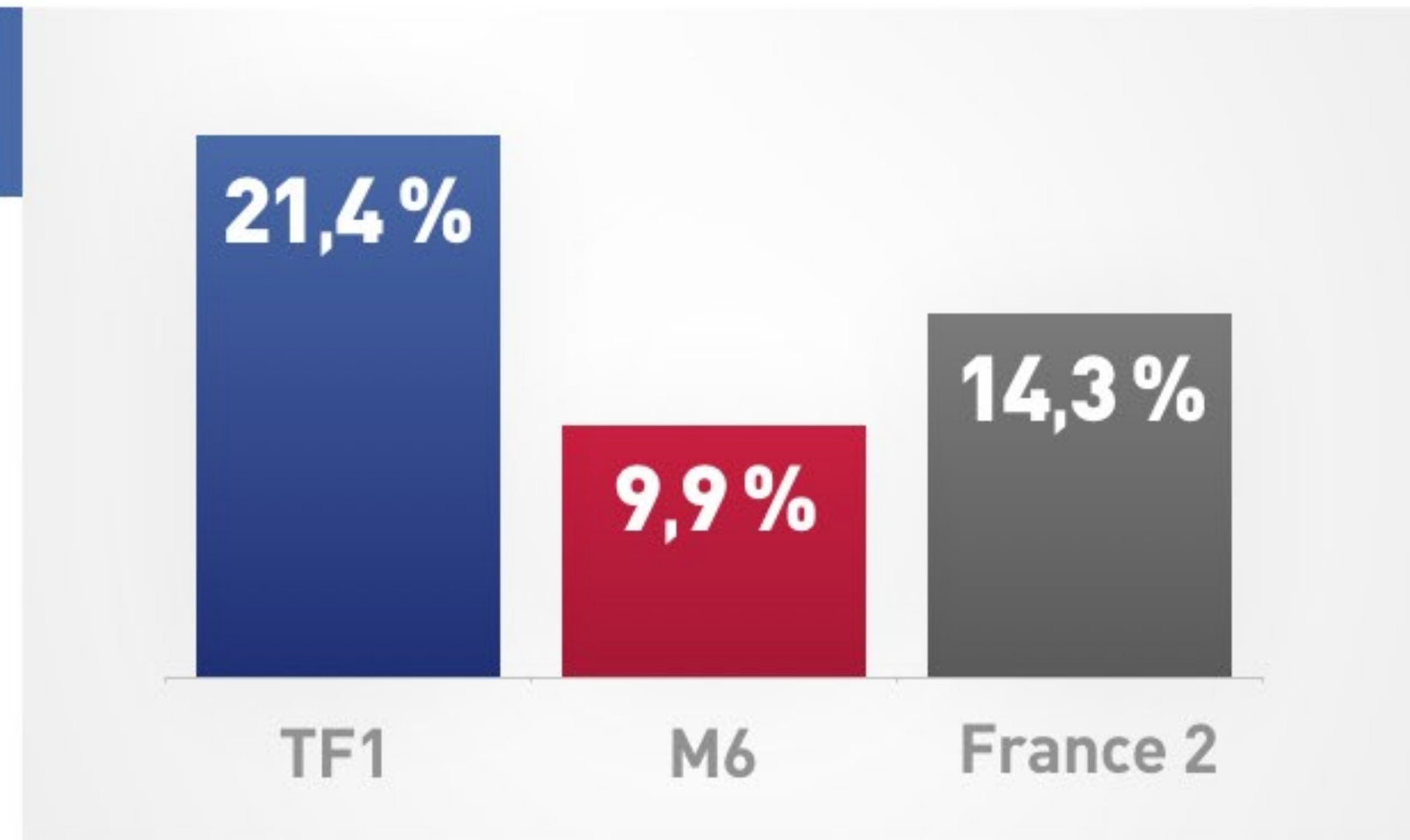
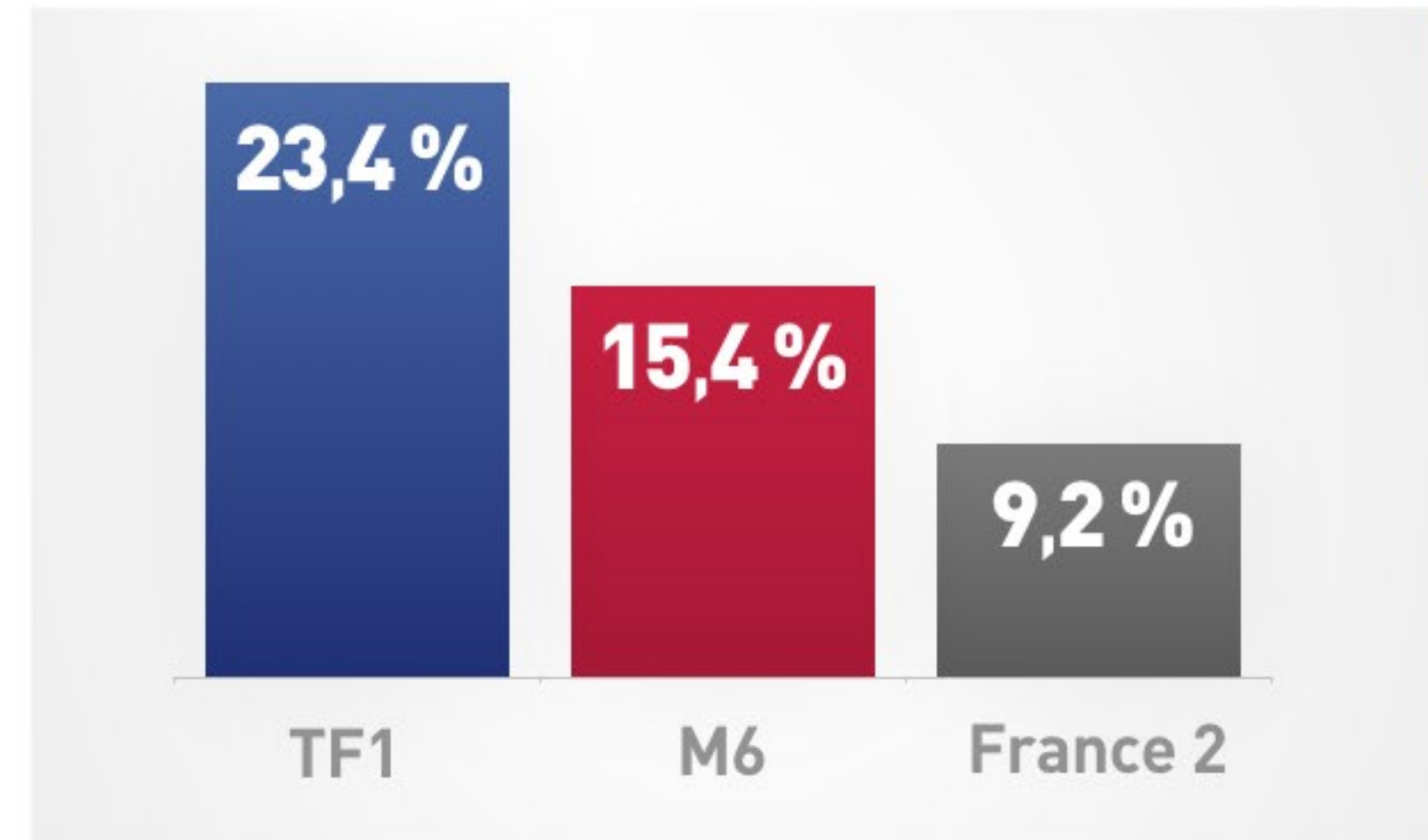
FEM<50 RDA (%)

25-49 ANS (%)

ÉVOL. VS ANNÉE 2014 : **-1,0** **+0,4** **+0,2** **+0,2** **+0,3** **+0,5** **-0,7** **-0,3** **+0,5** **+0,2** = **+0,6** **-1,0** **-0,5** **+0,6** = **+0,1** **+1,0**



DES AUDIENCES EN BAISSÉ APRÈS DEUX ANNÉES EN HAUSSE

PART D'AUDIENCE
INDIVIDUS 4+PART D'AUDIENCE
FEM<50 RDA

98
AUDIENCES

TF1 réalise
98 des **100**
meilleures
audiences
de 2015

32
PLACES

TF1 a fait preuve
d'une grande
capacité à réinventer
la fiction française
qui occupe **32** places
dans le TOP 100

30
MARQUES PROGRAMMES
DIFFÉRENTES
INTÈGRENT
LE TOP 100

Des marques
fortes, preuve
de la diversité
de la grille

12,2
MILLIONS DE
TÉLÉSPECTATEURS

Meilleure audience
de l'année avec le 1/4
de finale de la Coupe du
Monde de Rugby,
Nouvelle-Zélande
France

TF1, LA CHAÎNE TOUJOURS LEADER

GRANDES MARQUES DE FLUX



Jusqu'à 8,8 M
en moyenne 43 % F<50 RDA



11,4 M, 2^{ème} meilleure audience
2015 et 54 % sur les F<50 RDA

FICTION FR. : SÉRIES ET ÉVÈNEMENTS



Jusqu'à 7,7 M
record historique de la série



9,8 M, record pour une fiction
depuis oct. 2007

ÉVÈNEMENTS SPORTIFS



12,2 M
pour Nouvelle-Zélande-France
(1/4 de Finale de la Coupe du Monde
de Rugby 2015)



9,1 M, pour Qatar-France
(Finale du Championnat du Monde
de Handball)

UNE OFFRE CINÉMA FÉDÉRATRICE



7,3 M
meilleure audience film en 2015



6,5 M de téléspectateurs.

LES SÉRIES US RECONNUES



Jusqu'à 9,3 M
en moyenne 38 % sur les F<50 RDA



Jusqu'à 7,3 M
en moyenne 31 % sur les F<50 RDA

L' INFORMATION LEADER

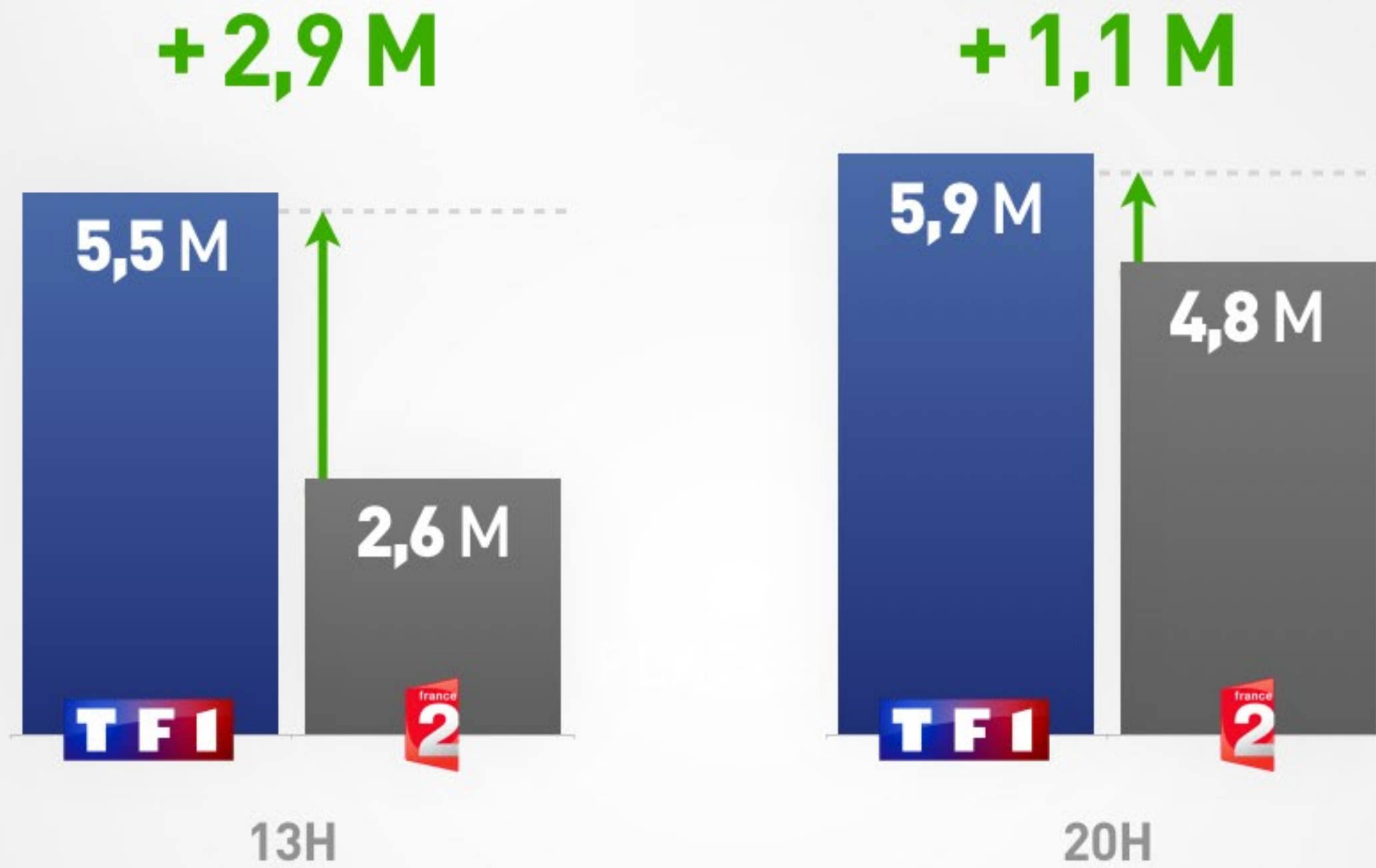


Le 13h : jusqu'à 7,4 M



Le 20h : jusqu'à 10,2 M

DES RECORDS SANS ÉQUIVALENT



TF1
LEADER À
100%
DES JT

UN JT 100 % DIGITAL

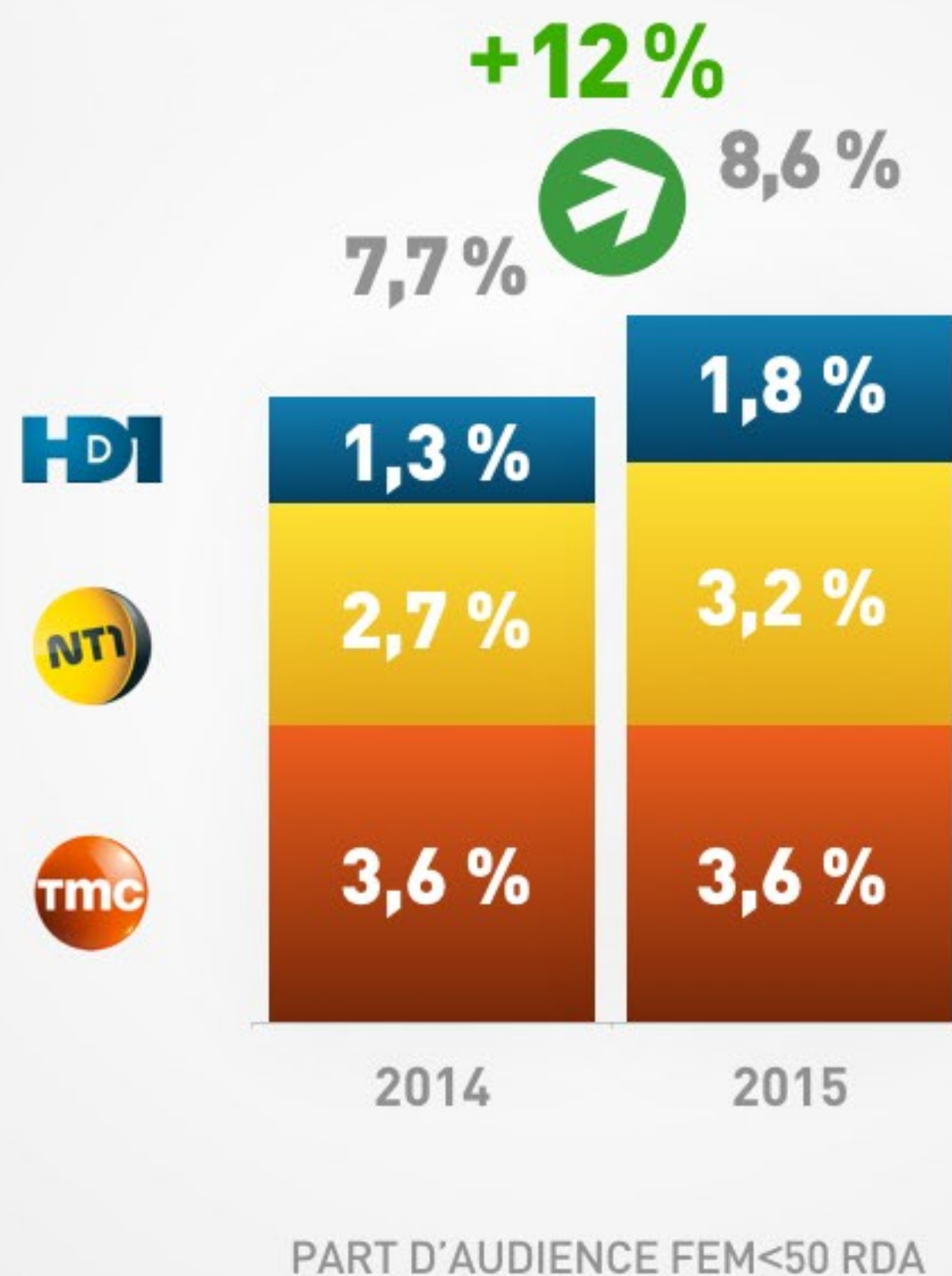


UNE OFFRE
DE MAGAZINES D'INFORMATION ENRICHIE



UN LEADERSHIP INCONTESTÉ

L'OFFRE LEADER DE LA TNT



UNE MEILLEURE CIRCULATION DES DROITS

62%

des marques des chaînes TNT sont issues de TF1

SECRET STORY



Des programmes fédérateurs pour installer les chaînes

UNE CROISSANCE PORTÉE PAR NT1 ET HD1

MYTF1



La marque ombrelle de 4 chaînes gratuites du Groupe en intégrant les *replays* de TMC, NT1 et HD1

IPTV



Leader incontesté sur IPTV,
9 millions
en moyenne cette année

APPORT D'AUDIENCE
VS LIVE – ANNÉE 2015

	TTV	TF1
4 ANS ET +	+ 1,7 %	+ 2,2 %
FEM<50 RDA	+ 3,2 %	+ 4,3 %
25-49 ANS	+ 2,7 %	+ 3,6 %



Record consolidé et *catch-up*
1,4 M de téléspectateurs en consolidé
+ 17 % vs live
0,9 M de téléspectateurs en *catch-up*



1,1 M de téléspectateurs en consolidé
+ 15 % vs live
0,5 M en *catch-up*



0,9 M de téléspectateurs en consolidé
+ 17 % vs live
0,6 M en *catch-up*

UN LEADERSHIP CONFIRMÉ

XTRA

+ de
650
CONTENUS EN
FIN D'ANNÉE
2015

Lancement de **XTRA** dédié aux contenus sans lien avec les chaînes : des productions exclusives, des contenus *vintage* et des webséries



VOD / SVOD / E-CINÉMA / TF1 CONSO

TFOU MAX,
PRÈS DE
4 000
CONTENUS POUR
LES 3-12 ANS



L'offre SVOD la plus large
du marché pour la jeunesse



Plus d'1 million
de coupons chargés



La plateforme la plus distribuée
Lancement du e-cinéma

DES INNOVATIONS CONSTANTES

UNE OFFRE GRAND PUBLIC DIVERSIFIÉE



500 000

RECORD MONDIAL DE VISITEURS



N°1

DES VENTES EN FRANCE



7

MAGASINS



Nouvelle plateforme
Exploitation tous droits
Développement du e-Cinéma



4

FILMS MILLIONNAIRES,
DONT *LES PROFS 2* À 3,5 MILLIONS D'ENTRÉES



2

FILMS PRIMÉS À CANNES

ANTICIPER

une offre diversifiée et innovante



CROSS-MÉDIA



VENTES ÉVÉNEMENTIELLES

**PERFORMER**

pour une recherche constante de l'efficacité



ONEDATA TFI PUBLICITE



CIBLAGE



EFFICACITÉ

Maximiser l'efficacité des campagnes TV et digitale

ACCOMPAGNER

ses clients grâce à des modes d'achats simples et efficaces

- Simplifier l'achat *via* moteur
- De nouveaux services



- Programmatique digitale et IPTV

INNOVER

pour un maximum d'engagement



- *Immersive experience*

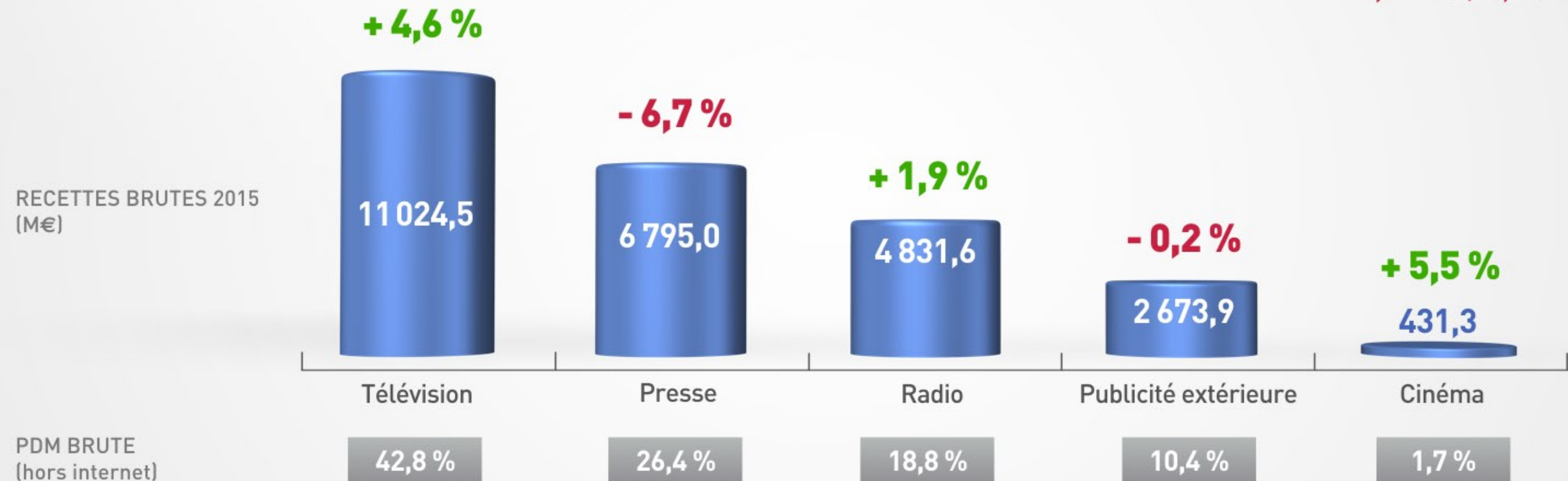


- Nouvelles écritures

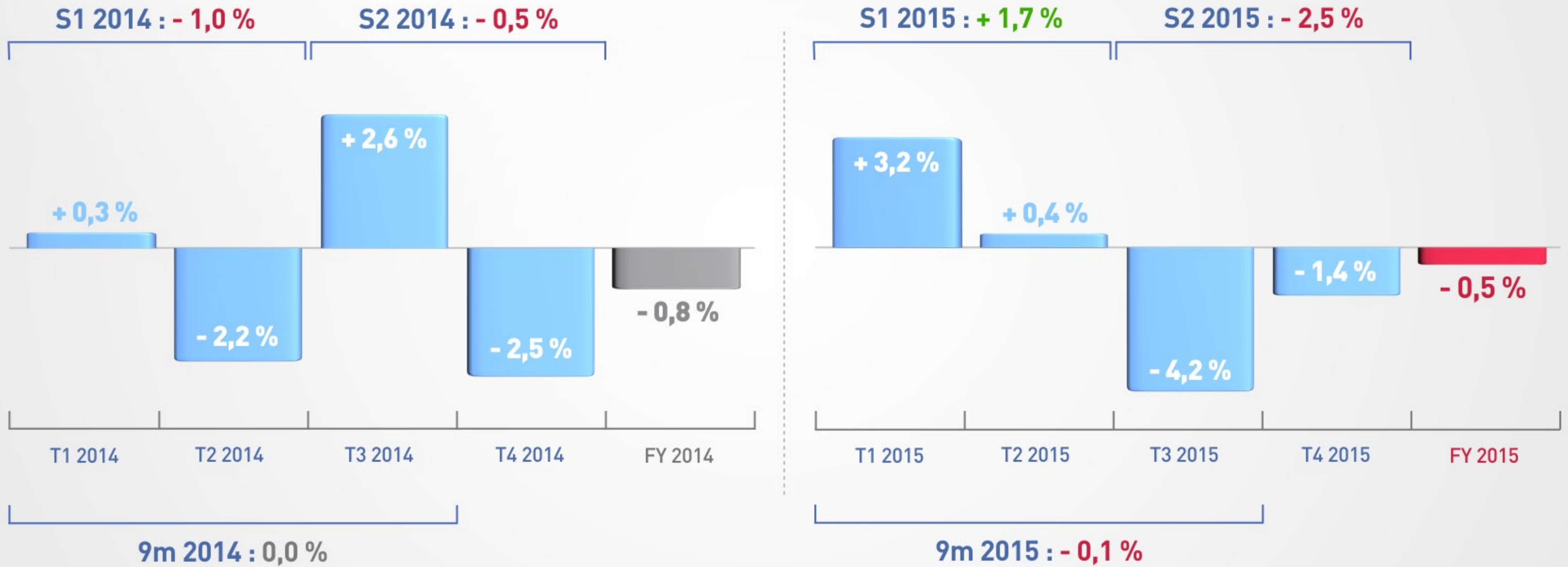


TF1 PUBLICITÉ ÉLUE MEILLEURE RÉGIE DE FRANCE*

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PLURIMÉDIA BRUTS -2015 vs. 2014



CA NET PUBLICITAIRE DES 4 CHAÎNES GRATUITES DU GROUPE TF1



LA RÉDUCTION DES FRAIS GÉNÉRAUX

Baisse des charges de personnel

Des charges externes sous contrôle

LA RÉDUCTION DES COÛTS DES DROITS SPORTIFS

Une Coupe du Monde de Rugby qui atteint le petit équilibre

Des droits majeurs à venir dans une économie raisonnable

L'OPTIMISATION DES GRILLES DE NOS QUATRE CHÂÎNES

Un coût des programmes stabilisé

Une circulation des programmes qui profite à toutes nos chaînes

ARRÊT DE LA VERSION PAPIER DE METRONEWS

Une décision responsable

Une version digitale maintenue, socle futur de l'information en ligne

UNE GESTION VIGILANTE DEVENUE L'AFFAIRE DE TOUS

Construction d'un écosystème innovant autour de la TV de demain

+ de 300

start-ups sourcées
en France et à l'International

UNE VEILLE POINTUE

+ de 50
benchmarks

ET

1 500
dispositifs
innovants sourcés

ATELIERS DE CRÉATIVITÉ
POUR FAVORISER L'ÉCLOSION
DES IDÉES

PRÉPARATION DE L'AVENIR EN MISANT
SUR L'OPEN-INNOVATION

1
INCUBATEUR
CORPORATE

8
START-UPS
INCUBÉES CES 12
PROCHAINS
MOIS

LIBÉRER LES IDÉES ET LES ÉNERGIES

FINALISATION DE LA
CESSION D'EUROSPORTDE NOUVEAUX CHAMPS
DE DÉVELOPPEMENT

Passage en clair

NEWEN

DES PARTENARIATS
PORTEURSMEDIEN
GRUPPE
RTL
DEUTSCHLAND

NBCUniversal

European
Media
Alliance

UN NOUVEAU GROUPE SE CONSTRUIT

groupe
TELFFRANCE

CAPA

17**media** **JUIN**

NW
NEWEN



DES MARQUES FORTES, DÉVELOPPÉES PAR LE REGROUPEMENT DE
PRODUCTEURS EXPERTS ET MANAGÉES PAR UNE ÉQUIPE TRÈS TALENTUEUSE

NEWEN

- La détention des contenus devient clé pour nos métiers de diffuseur
- L'évolution du secteur conduit à nous repositionner en amont de la chaîne de valeur
- Une position dans les contenus et la production doit s'envisager avec des prolongements internationaux
- Volonté de conquérir de nouveaux clients et de nouveaux marchés
- Bonne allocation des ressources dégagées par certains actifs

NEWEN

Une première étape d'un processus qui pourrait mener :

- à de nouvelles acquisitions
- à des partenariats à l'échelle européenne

Une acquisition qui doit profiter au périmètre existant :

- développer la créativité
- R&D dans le domaine de la production

Dans une démarche patrimoniale :

- développer des formats et leurs produits dérivés.

- Un acquis : le décret sur les parts de coproduction
- L'évolution du couloir dépendants / indépendants au cœur des discussions
- Le seuil de détention capitalistique, nouveau critère de dépendance
- Ouverture de la publicité pour la promotion des régions viticoles ?
- Le *carriage-fee* : une piste de revenus supplémentaire à l'horizon 2017 ?

UNE NOUVELLE DONNE QUI DOIT S'IMPOSER

ENJEUX CLIMATIQUES



ÉTHIQUE

Déploiement des programmes de conformité

PROMOTION DE LA DIVERSITÉ

TF1 Fondation
Trophée de la Diversité *

Charte d'Engagement LGBT

RECONNAISSANCE



Reconduction dans les indices de références
Médaille d'argent monde du secteur pour le DJSI



Prix de la transparence financière de l'information réglementée
pour la deuxième année consécutive



Reconduction du Label Relations Fournisseur responsables

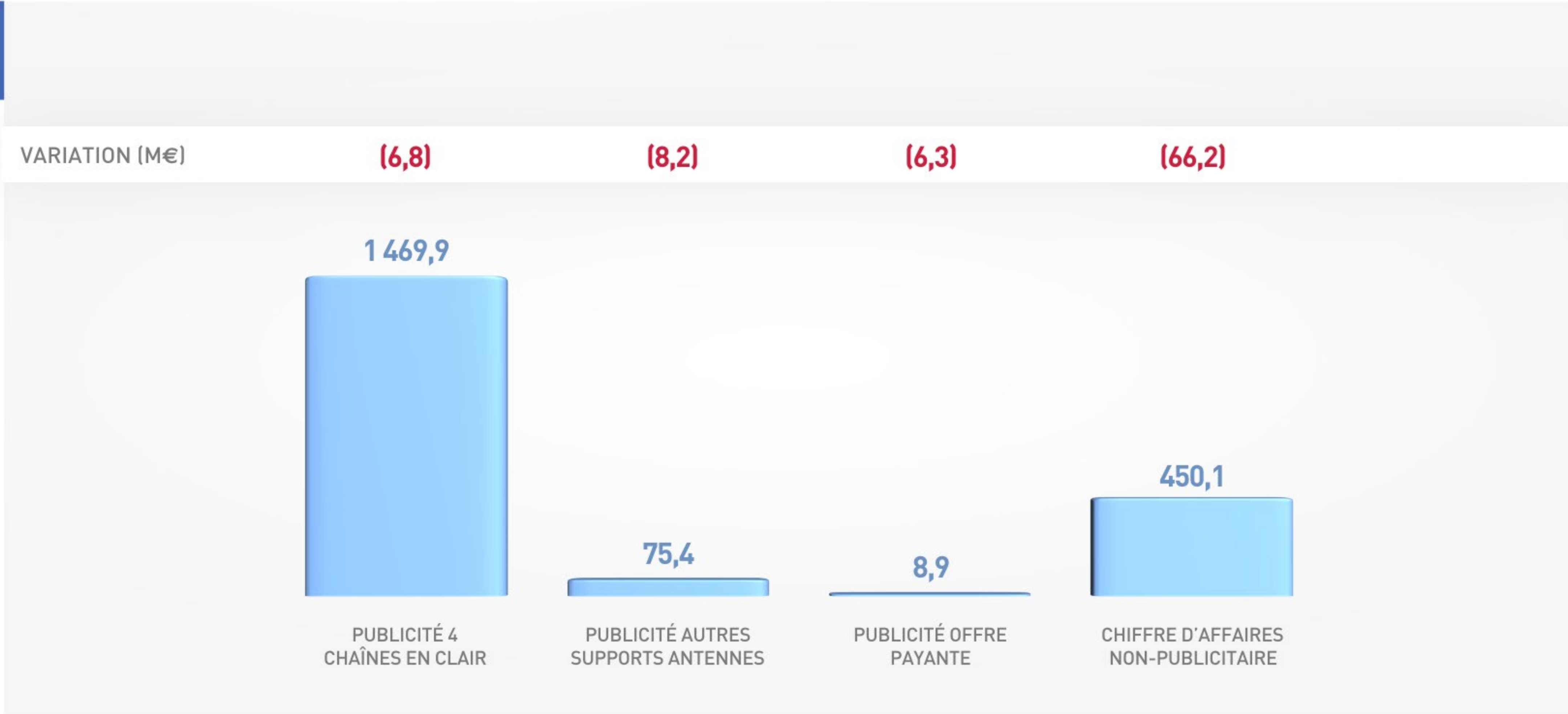
UN ENGAGEMENT SANS FAILLE

COMPTES

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ PAR SEGMENT

M€	2015	2014	Var. M€	Var. (%)
ANTENNES ET CONTENUS	1 717,8	1 748,8	(31,0)	- 1,8 %
Antennes	1 624,3	1 638,8	(14,5)	- 0,9 %
Contenus	93,5	110,0	(16,5)	- 15,0 %
SERVICES CONSOMMATEURS	213,9	209,6	+ 4,3	+ 2,1 %
TF1 Vidéo	59,3	56,4	+ 2,9	+ 5,1 %
Téléshopping	84,1	87,8	(3,7)	- 4,2 %
TF1 Entreprises	70,5	65,4	+ 5,1	+ 7,8 %
OFFRE PAYANTE	72,6	125,2	(52,6)	- 42,0 %
Eurosport France	17,8	65,7	(47,9)	- 72,9 %
Chaînes Thématiques France	54,8	59,5	(4,7)	- 7,9 %
HOLDING ET DIVERS	0,0	8,2	(8,2)	- 100,0 %
CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL	2 004,3	2 091,8	(87,5)	- 4,2 %

CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE ET NON PUBLICITAIRE



COÛT DES PROGRAMMES

M€	2015	2014	Var. M€	Var. (%)
TOTAL COÛT DES PROGRAMMES	956,2	994,0	(37,8)	- 3,8 %
DONT ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	26,8	73,7	(46,9)	- 63,6 %
TOTAL HORS ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	929,4	920,3	+ 9,1	+ 1,0 %
Variétés / Jeux / Magazines	285,5	282,6	+ 2,9	+ 1,0 %
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	316,7	318,1	(1,4)	- 0,4 %
Sports (hors événements sportifs)	45,0	49,9	(4,9)	- 9,8 %
Information	107,3	103,3	+ 4,0	+ 3,9 %
Films	159,9	150,1	+ 9,8	+ 6,5 %
Jeunesse	15,0	16,3	(1,3)	- 8,0 %

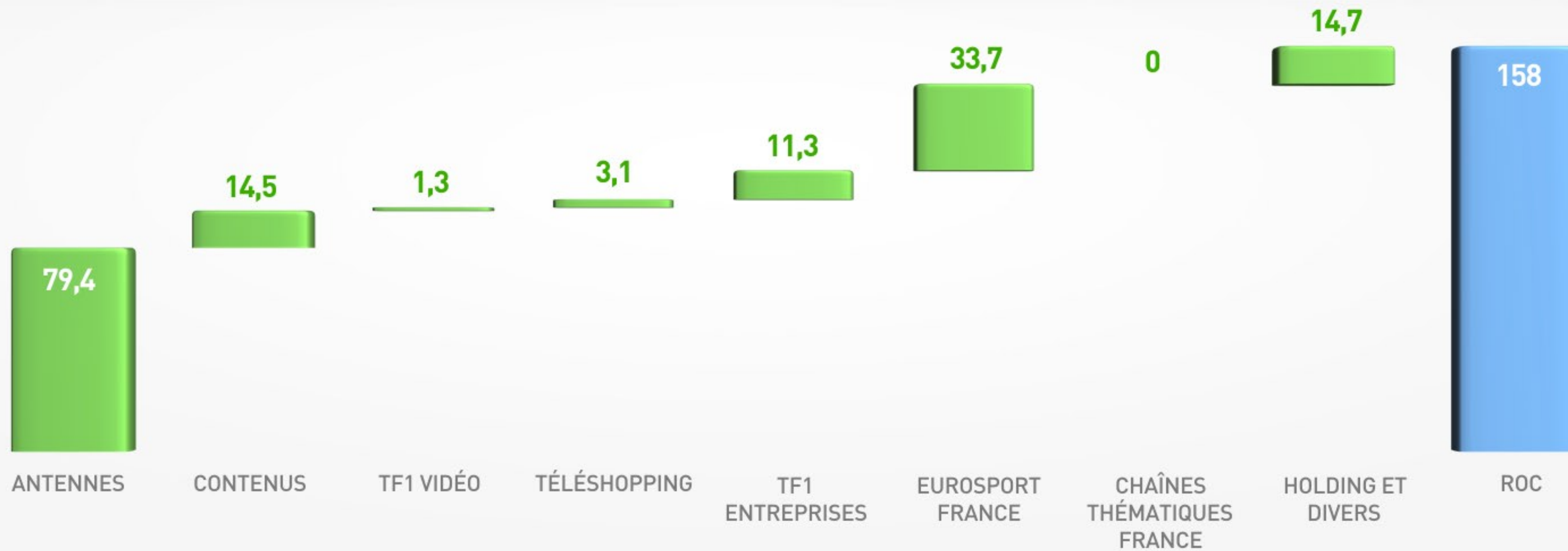
COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ (1/2)

M€	2015	2014	Var. M€	Var. (%)
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ	2 004,3	2 091,8	(87,5)	- 4,2 %
Total coût des programmes	(956,2)	(994,0)	+ 37,8	- 3,8 %
Autres charges, amortissements et provisions	(890,1)	(981,3)	+ 91,2	- 9,3 %
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	158,0	116,5	+ 41,5	+ 35,6 %
TAUX DE MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE	7,9 %	5,6 %	+ 2,3 pts	

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR SEGMENT

En M€

VARIATION **+43,4** **(1,2)** **+0,3** **(0,1)** **+0,7** **+29,6** **+2,6** **(33,8)** **+41,5**



COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ (2/2)

M€	2015	2014	Var. M€	Var. (%)
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	158,0	116,5	+ 41,5	+ 35,6 %
Total autres charges et produits opérationnels	(16,8)	-	(16,8)	ns
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	141,2	116,5	+ 24,7	+ 21,2 %
Coût de l'endettement financier net	1,1	1,1	0,0	+ 0,0 %
Autres produits et charges financiers nets	(3,2)	0,3	(3,5)	ns
Impôts	(42,3)	(29,8)	(12,5)	+ 41,9 %
QP résultat des sociétés mises en équivalence	6,5	15,0	(8,5)	- 56,7 %
RÉSULTAT NET DES ACTIVITÉS POURSUIVIES	103,3	103,1	+ 0,2	+ 0,2 %
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	0,0	315,9	(315,9)	- 100,0 %
RÉSULTAT NET	103,3	419,0	(315,7)	- 75,3 %
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	99,9	99,9	0,0	+ 0,0 %
Intérêts minoritaires des participations ne donnant pas le contrôle	3,4	3,2	+ 0,2	+ 6,3 %

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF CONSOLIDÉ (M€)	31 DÉC. 2015	31 DÉC. 2014	Var. M€
Total actifs non courants	841,8	1 369,4	(527,6)
Total actifs courants	2 371,9	2 354,6	+ 17,3
Actifs en cours de cession	-	-	-
TOTAL ACTIF	3 213,7	3 724,0	(510,3)
TRÉSORERIE NETTE (M€)	700,8	497,0	+ 203,8

PASSIF CONSOLIDÉ (M€)	31 DÉC. 2015	31 DÉC. 2014	Var. M€
Total capitaux propres	1 761,8	2 039,9	(278,1)
dont capitaux propres part du groupe	1 741,7	2 003,4	(261,7)
Total passifs non-courants	63,1	79,9	(16,8)
Total passifs courants	1 388,8	1 604,2	(215,4)
Passifs liés aux actifs en cours de cession	-	-	-
TOTAL PASSIF	3 213,7	3 724,0	(510,3)

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

M€	2015	2014	Var. M€
CAF avant charge d'intérêt et IS	164,0	128,5	+ 35,5
Impôts versés	(35,1)	(33,1)	(2,0)
Variation de BFR lié à l'activité	8,4	12,7	(4,3)
Flux de trésorerie générés par l'activité	137,3	108,1	+ 29,2
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissements	432,8	316,1	+ 116,7
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	(367,5)	(117,1)	(250,4)
VARIATION DE TRÉSORERIE SUR ACTIVITÉS POURSUIVIES	202,6	307,1	(104,5)
Trésorerie à la clôture	700,8*	498,2	+ 202,6

* Ce montant inclut l'encaissement, le 1^{er} octobre 2015, de 474,0 M€ relatif à la cession des 49 % d'Eurosport.
Il n'inclut pas le montant de l'acquisition de 70 % de la société Newen Studios.

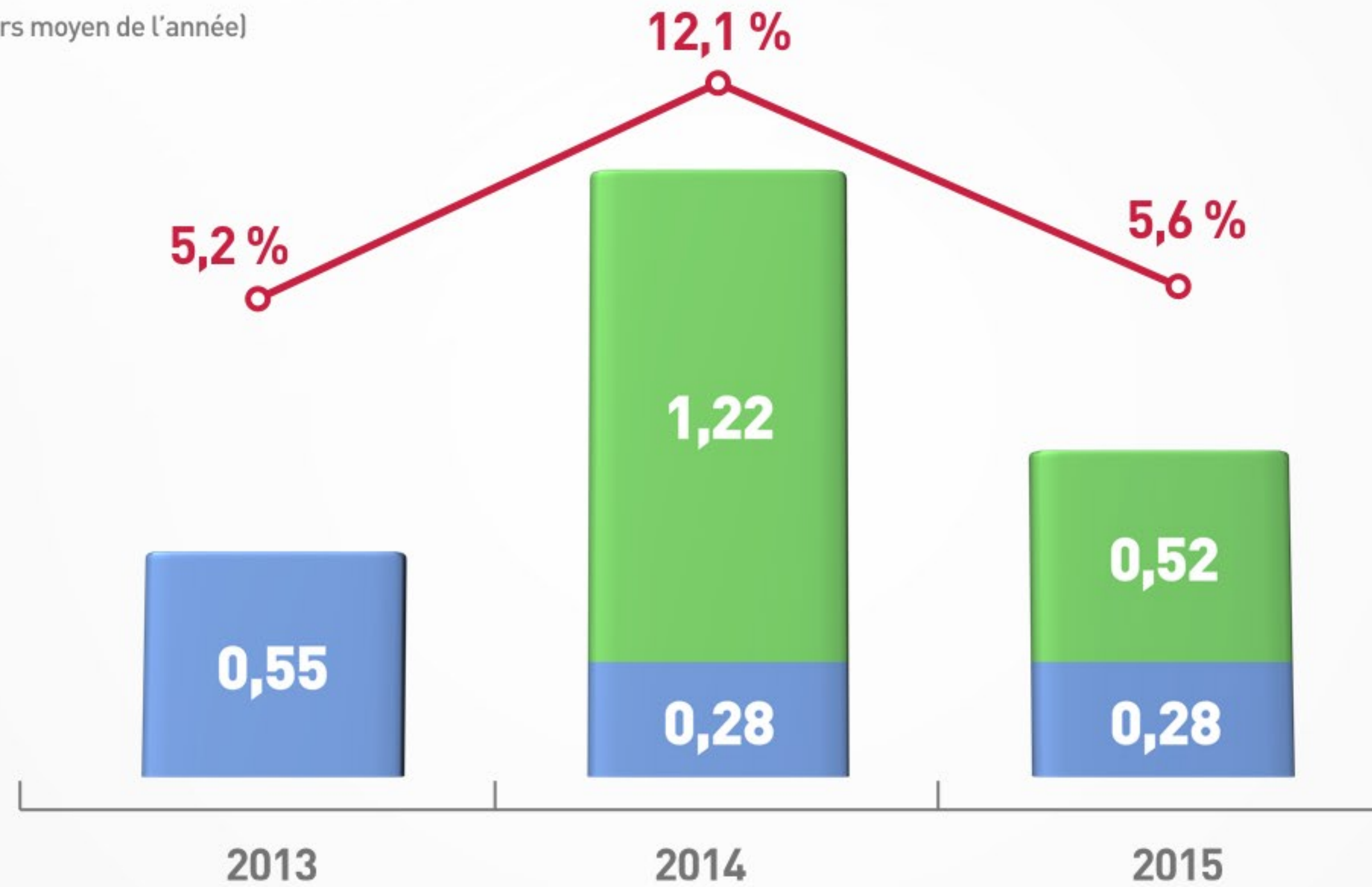


La consolidation de 70 % de Newen Studios devrait avoir un impact de l'ordre de 300 M€ sur la trésorerie nette du Groupe au 31/03/2016 par rapport à la situation du 31/12/2015.

PERSPECTIVES

UN JUSTE RETOUR AUX ACTIONNAIRES

- Partie ordinaire du dividende (€/action)
- Partie exceptionnelle du dividende (€/action)
- Rendement moyen (sur base du cours moyen de l'année)



UN NIVEAU ÉLEVÉ POUR LE RETOUR AUX ACTIONNAIRES EN 2016

168,4 M€*

Redistribués aux actionnaires

- 58,9 M€ de partie ordinaire
- 109,5 M€ de partie exceptionnelle

Soit **1,6x** le résultat net 2015

30,0 M€*

Alloués à un programme de rachat d'actions

(sous réserve de l'autorisation conférée par l'Assemblée Générale du 14 avril 2016)

Le Groupe disposera, après versement du dividende, d'un niveau de trésorerie résiduelle permettant le développement du Groupe et la création de valeur future.

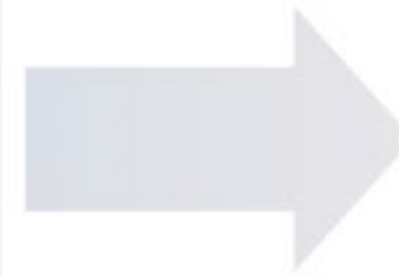
- Une chaîne TF1 qui a su tenir son *leadership* dans un univers à 25 chaînes
- Un portefeuille de 5 chaînes gratuites
- Une place incontournable dans la vidéo en ligne
- Un pôle d'information taillé pour l'avenir
- Une base de coûts assainie après deux phases de plan d'optimisation
- Des filiales rationalisées et profitables
- Des positions prometteuses dans l'*Entertainment*
- Des acquisitions majeures
- Une structure financière solide
- Des partenariats européens et US novateurs

LE GROUPE TF1 EST PRÊT POUR UNE NOUVELLE ÉTAPE DE SON DÉVELOPPEMENT

HYPOTHÈSES 2016

PUBLICITÉ

Un marché de la publicité qui devrait s'inscrire dans la même tendance que 2015



- Poursuite de la montée en puissance des chaînes de la TNT
- Poursuite de la stratégie de maintien de la valeur de la chaîne TF1

COÛT DES PROGRAMMES

Une concurrence qui devrait rester forte sur le plan de la programmation et de l'acquisition des droits



- Une capacité à optimiser grâce à la stratégie multichaîne
- Un coût des programmes hors événements sportifs de l'ordre de 980 M€ pour les 5 chaînes gratuites (incluant LCI)

CHARGES NON COURANTES

Lancement de LCI en gratuit
Intégration de Newen Studios



- Estimation d'un montant de charges non courantes de l'ordre de 50 M€ en 2016



LE GROUPE

QUESTIONS / RÉPONSES