

Réunion des analystes

26 juillet 2011

ON SE RETROUVE SUR 

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

- 1** ACTIVITÉ DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 2** COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 3** PERSPECTIVES
- 4** QUESTIONS & RÉPONSES

SOMMAIRE

1 ACTIVITÉ DU PREMIER SEMESTRE 2011

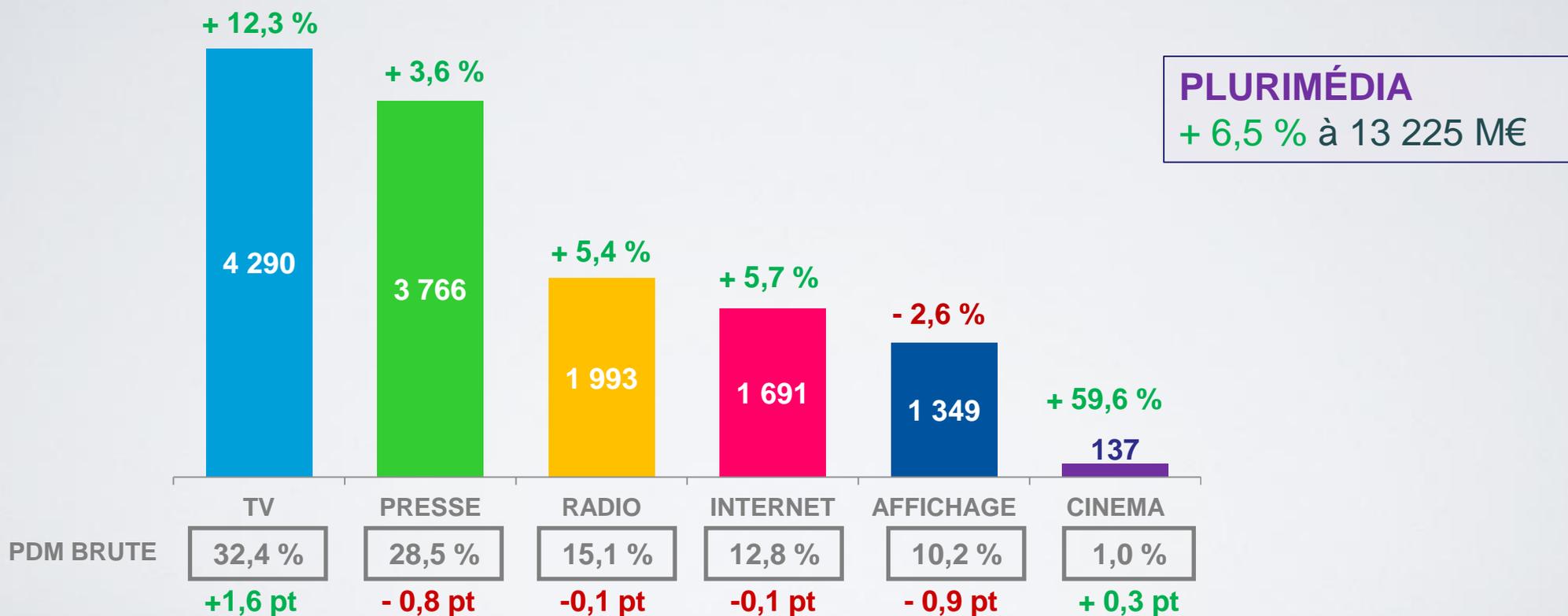
2 COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2011

3 PERSPECTIVES

4 QUESTIONS & RÉPONSES

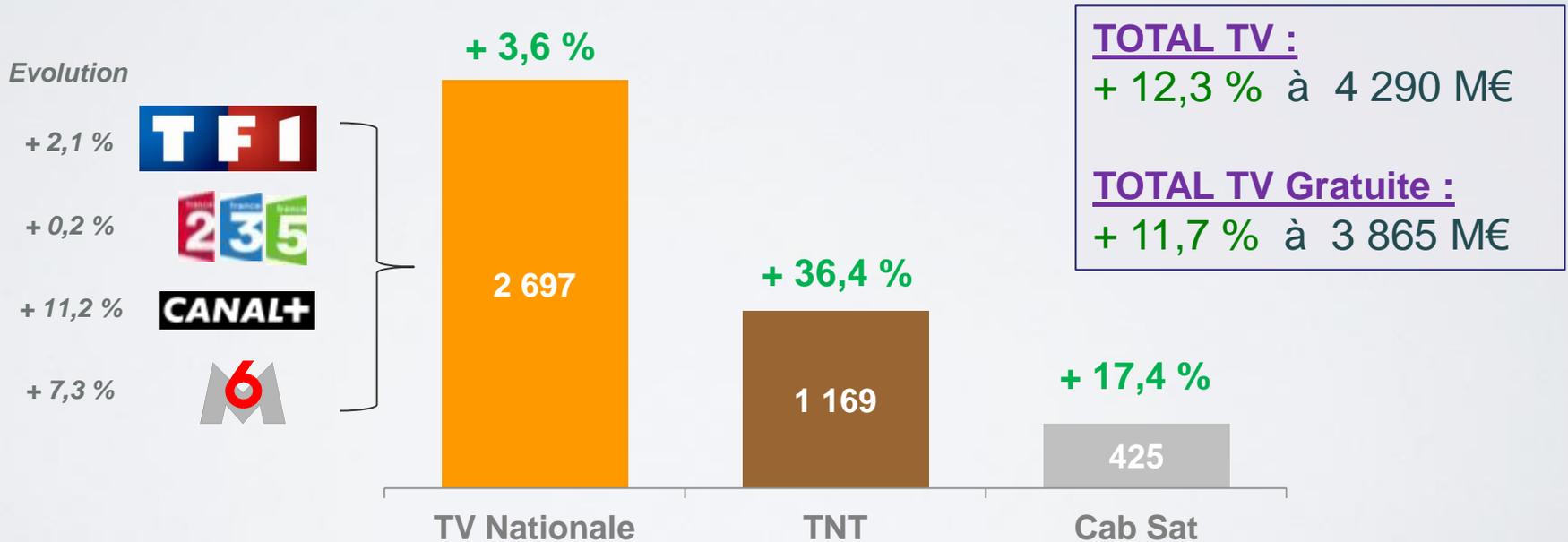
LA TV, 1^{ER} MÉDIA INVESTI DES CROISSANCES HÉTÉROGÈNES SELON LES MÉDIAS

Evolution des investissements plurimédia BRUTS (M€) – 1^{er} semestre 2011



LA TV TOUJOURS FORTEMENT PORTÉE PAR LA TNT

Evolution des investissements TV BRUTS (M€) – 1^{er} semestre 2011

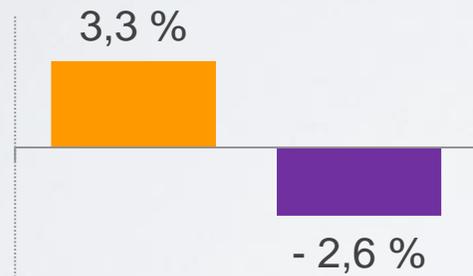


APRES UN MOIS D'AVRIL EN RETRAIT, UNE TENDANCE POSITIVE SUR MAI-JUIN 2011

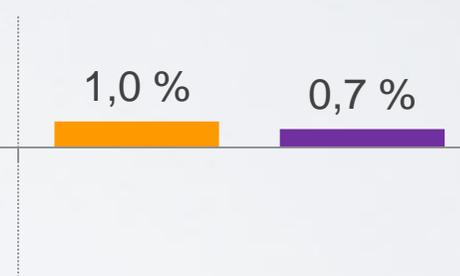


CA NET S1 2011 VS 2010 : - 0,9 %

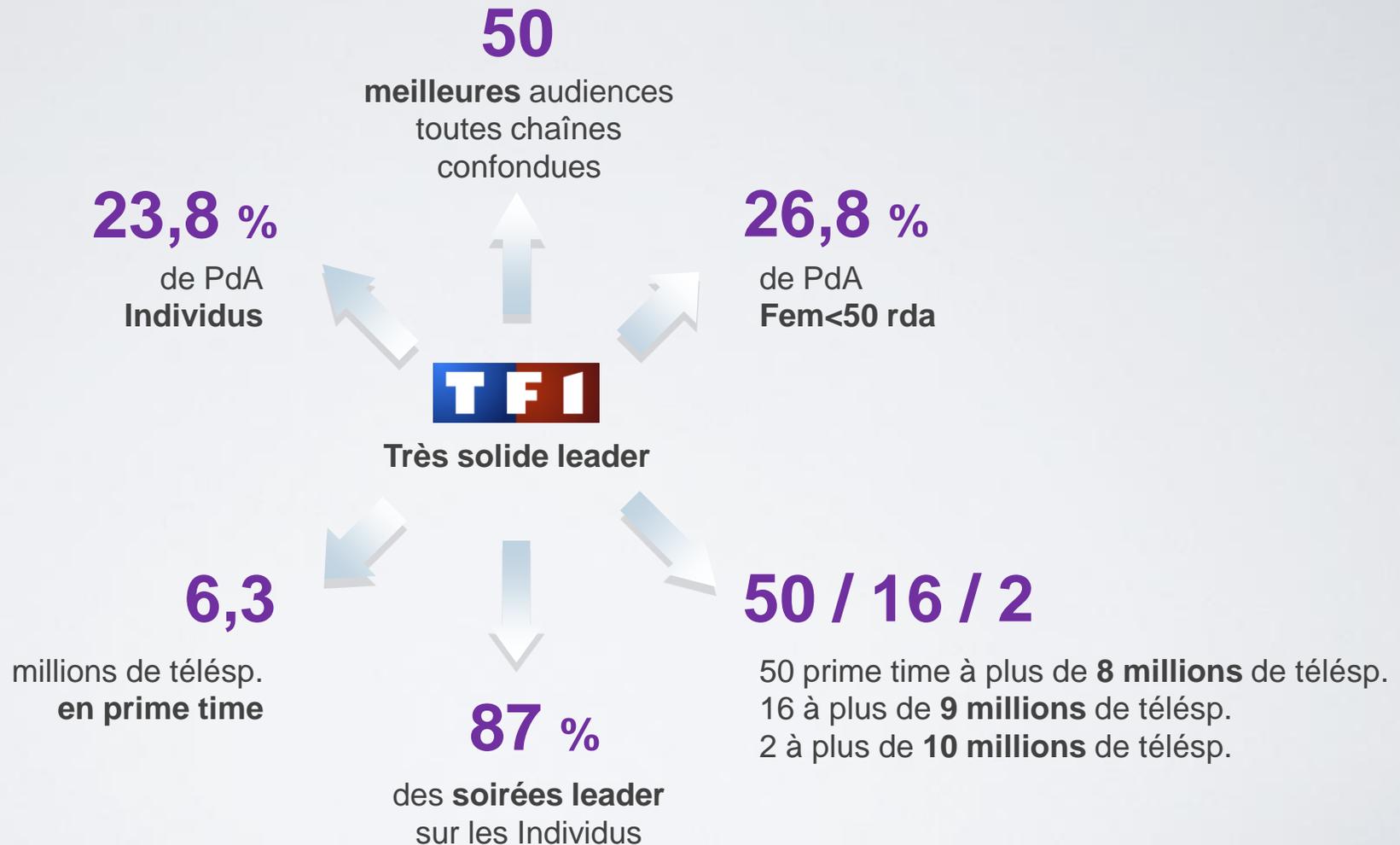
T1 2011 vs T1 2010



T2 2011 vs T2 2010



1^{er} SEMESTRE 2011: UNE OFFRE DE TELEVISION SANS EQUIVALENT



1^{ER} SEMESTRE 2011: TF1, LES RECORDS DANS CHAQUE GENRE



Les Enfoirés : 12,5m

Record historique du programme



Dr House : 9,5m

6 épisodes à plus de 9m



Doc Martin : 9,1m

(et 8,9m pour *Bienvenue aux Edelweiss*)



De l'autre côté du lit : 9,4m



France / Brésil : 8,0m

(et 7,6m pour *France / Croatie*)



JT de 20h : 10,4m / JT de 13h : 8,5m

Les JT les plus fédérateurs d'Europe



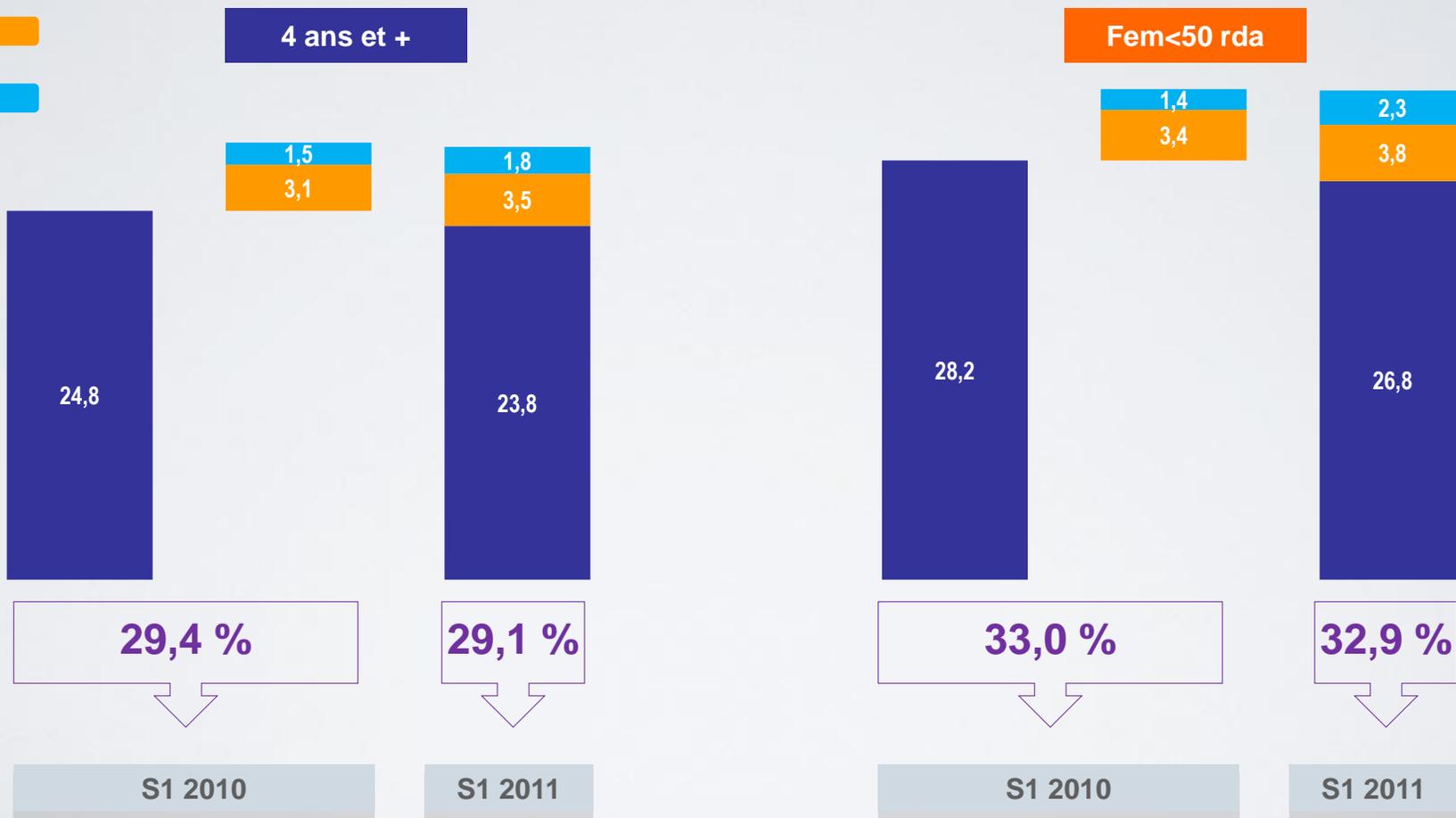
UN COÛT DE GRILLE MAÎTRISÉ

En millions d'euros

Evolution du coût de grille avec événements sportifs exceptionnels
du 1^{er} semestre de 2005 à 2011



1^{ER} SEMESTRE 2011 : LE GROUPE TF1 AFFICHE DES PARTS D'AUDIENCE STABLES SUR 1 AN



1^{ER} SEMESTRE 2011 : TMC ET NT1, UNE OFFRE DE TÉLÉVISION SANS ÉQUIVALENT

Part d'audience (%)

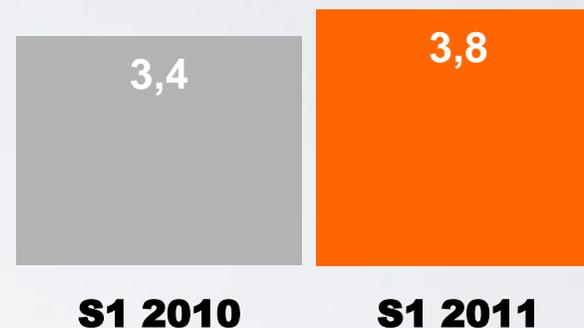
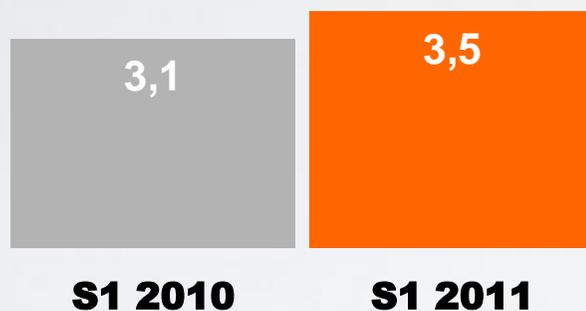
4 ans et +

+ 13 %

Fem<50 rda

+ 12 %

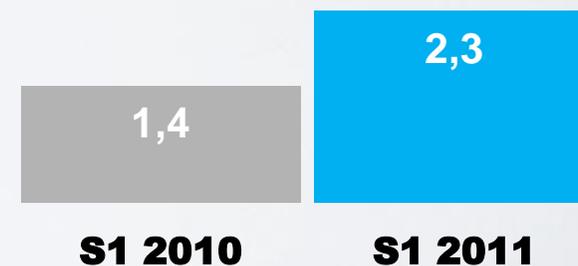
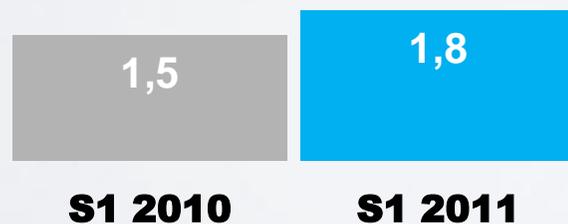
Evol vs S1
2010



Evol vs S1
2010

+ 20 %

+ 64 %



BONNE SANTÉ DES CHAÎNES PAYANTES DU GROUPE TF1



1^{ère} chaîne du câble et du satellite sur les 4 ans+ et les fem<50rda

+ 29 % d'audience sur les 4 ans+ en un an*



Meilleure audience I.CSP+ de LCI depuis 2004

+ 59 % d'audience sur les 4 ans+ en un an*

+ 75 % d'audience sur les I.CSP+



3^{ème} chaîne du câble et du satellite sur les 4 ans+

+ 25 % d'audience sur les 4 ans+ en un an* et + 33 % sur les Hom.15-49 ans

+ 82 % d'audience sur les 4 ans+ en un an* et + 148 % d'audience sur les 15-34 ans



Stable sur les 4 ans+ en un an* et + 113 % d'audience sur les I.CSP+



+ 9 % d'audience sur les 4 ans+ en un an*



+ 17 % d'audience sur les 4 ans+ en un an*

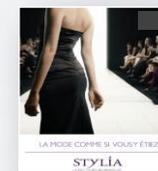


+ 16 % d'audience sur les 4 ans+ en un an*

+ 30 % d'audience sur les Fem<50rda



+ 22 % d'audience sur les 4 ans+ en un an*



UNE OFFRE ENRICHIE POUR EUROSPORT 1^{ÈRE} PLATE-FORME MULTIMÉDIA DE SPORT EN EUROPE

EUROSPORT

- ❖ 125 M de foyers
- ❖ 59 pays
- ❖ 20 langues

EUROSPORT 2

- ❖ 52 M de foyers
- ❖ 17 langues
- ❖ 46 pays

EUROSPORT HD

- ❖ La Haute Définition pour Eurosport et Eurosport 2

EUROSPORT ASIE-PACIFIQUE

- ❖ 4,5 M de foyers
- ❖ 2 langues
- ❖ 18 pays

EUROSPORT NEWS

- ❖ Toute l'actualité sportive

EUROSPORT.COM

- ❖ 1^{ère} plateforme Internet de sport en Europe
- ❖ 15 M de VU par mois
- ❖ 11 langues

APPLICATION MOBILE

- ❖ 10 langues

EUROSPORT PLAYER

- ❖ Web TV : live et VOD
- ❖ Une application mobile disponible dans 5 pays

EUROSPORT EVENTS

- ❖ Expertise dans l'organisation, la gestion et la promotion de manifestations sportives internationales



Accroître
l'attractivité des
chaînes Eurosport

Conquérir de
nouveaux marchés

Développer les
produits de
diversification

LES ACTIVITES DE DIVERSIFICATION CONFIRMENT LEUR RELANCE

TF1 Entreprises

- **Games** : Ticket FDJ et Application **1000 Bornes**
- **Musique** : **Les Prêtres** - 2^e album : 6 semaines n°1 du Top Album
- **Spectacles** : **Mozart, L'opéra Rock** : > 1,3 M de spectateurs au total
- **Licence** : Signature du contrat d'agent de **Franklin**



e-TF1

- Lancement de **myTF1** sur Free
- Forte progression de la publicité **vidéo**
- **Application** iPhone / iPad : > 1,3 million de téléchargements
- **wak** 1^{er} média vidéo social à destination des jeunes avec 5,9 M de VU et l'atteinte de la **rentabilité**



Production

- **6 films** à plus de 1 million d'entrées en salles



Télésopping

- **200 marques** représentées sur le site **Place des Tendances** et une forte progression de l'**activité e-commerce**



Vidéo

- Augmentation des **ventes en volume** grâce aux performances des sorties de fin d'année 2010
- Fort développement de la **VOD** (+11 % en valeur et + 7 % en volume)



TF1 Droits Audiovisuels

- Une base de comparaison élevée
- Retraitement du chiffre d'affaires réalisé entre l'activité Catalogue et TMC et NT1

• L'ANTENNE AU SERVICE DES GRANDES CAUSES

⇒ **Mobilisation pour l'emploi** : 2 500 contrats dont 1 635 CDI signés lors de la « Semaine de l'Emploi », du 8 au 12 mai, soit environ 10 000 depuis la première opération en 2009.

Une semaine pour l'**EMPLOI**



• VOLET SOCIAL ET SOLIDAIRE

⇒ **131 collaborateurs ont suivi la formation**: « Diversité dans les JT et magazines : refléter la société française ».

⇒ **La Quatrième Promotion de la Fondation a été recrutée**. Parmi les sortants de la première promotion, 3 CDI ont été signés.

⇒ **Nouvel accord sur la politique en faveur des personnes handicapées**



• VOLET ENVIRONNEMENTAL

⇒ **Amélioration du recyclage**: collecte des mobiles obsolètes pour les collaborateurs pour revalorisation ou recyclage des matériaux, collecte et recyclage des CD et DVD



• ACHATS RESPONSABLES

⇒ **Mise en place d'un dispositif d'auto partage** de voitures électriques

⇒ **Signature de la « Charte des Achats Responsables »** destinée aux grands donneurs d'ordres aux PME-TP, proposée par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie



SOMMAIRE

- 1 ACTIVITÉ DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 2 COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 3 PERSPECTIVES
- 4 QUESTIONS & RÉPONSES

EVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

M€	S1 2011	S1 2010	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires consolidé	1 277,6	1 284,6	- 7,0	- 0,5 %
Chiffre d'affaires publicitaire TF1 SA	757,8	764,6	- 6,8	- 0,9 %
Chiffre d'affaires Diversification	519,8	520,0	- 0,2	=
<u>Détail du CA publicitaire Groupe :</u>				
Antenne TF1	757,8	764,6	- 6,8	- 0,9 %
Thématiques France	97,5	47,2	+ 50,3	x 2,1
Internet France	12,5	9,2	+ 3,3	+ 35,9 %
Eurosport International	31,5	38,3	- 6,8	- 17,8 %
Radios	5,9	5,6	+ 0,3	+ 5,4 %
Chiffre d'affaires publicitaire total	905,2	864,9	+ 40,3	+ 4,7 %

EVOLUTION DU COÛT DE GRILLE DE LA CHAÎNE TF1

M€	S1 2011	S1 2010	Var. M€	Var. %
Total coût de grille	423,6	482,6	- 59,0	- 12,2 %
Événements sportifs	-	60,1	- 60,1	-
Total hors événements sportifs	423,6	422,5	+ 1,1	+ 0,3 %
Variétés / Jeux / Magazines	110,1	119,1	- 9,0	- 7,6 %
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	156,0	139,8	+ 16,2	+ 11,6 %
Sports (<i>hors événements sportifs</i>)	51,7	54,0	- 2,3	- 4,3 %
Information	56,4	54,4	+ 2,0	+ 3,7 %
Films	40,7	45,8	- 5,1	- 11,1 %
Jeunesse	8,7	9,4	- 0,7	- 7,4 %

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

1/2

M€	S1 2011	S1 2010	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires consolidé	1 277,6	1 284,6	- 7,0	- 0,5 %
Total coût de la grille	(423,6)	(482,6)	+ 59,0	- 12,2 %
Total autres charges et produits d'exploitation	(610,6)	(665,5)	+ 54,9	- 8,2 %
Dotations nettes aux amortissements et provisions et reprises	(56,9)	(32,1)	- 24,8	+ 77,3 %
Résultat opérationnel courant <i>Taux de marge</i>	186,5 14,6 %	104,4 8,1 %	+ 82,1 + 6,5 pts	+ 78,6 %
Autres produits opérationnels non courants	-	-	-	-
Résultat opérationnel	186,5	104,4	+ 82,1	+ 78,6 %

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

2/2

M€	S1 2011	S1 2010	Var. M€	Var. %
Résultat opérationnel	186,5	104,4	+ 82,1	+ 78,6 %
Coût de l'endettement financier net	0,2	(10,4)	+ 10,6	ns
Autres produits et charges financiers	(1,0)	+ 3,4	- 4,4	ns
Impôt	(53,1)	(30,3)	- 22,8	+ 75,2 %
QP résultat des sociétés mises en équivalence	(11,6)	6,8	- 18,4	ns
Résultat net	121,0	73,9	+ 47,1	+ 63,7 %
Résultat net attribuable au Groupe	118,6	74,2	+ 44,4	+ 59,8 %
<i>Intérêts minoritaires</i>	<i>2,4</i>	<i>(0,3)</i>	<i>+ 2,7</i>	<i>ns</i>

BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF consolidé (M€)	30/06/11	31/12/10	Var. M€
Total actifs non courants	1 362,0	1 414,7	- 52,7
Total actifs courants	2 031,7	1 910,0	+ 121,7
Total actif	3 393,7	3 324,7	+ 69,0
PASSIF consolidé (M€)	30/06/11	31/12/10	Var. M€
Total capitaux propres	1 540,9	1 547,6	- 6,7
<i>dont capitaux propres part du Groupe</i>	<i>1 529,8</i>	<i>1 538,9</i>	<i>- 9,1</i>
Total passifs non courants	66,3	71,5	- 5,2
Total passifs courants	1 786,5	1 705,6	+ 80,9
Total passif	3 393,7	3 324,7	+ 69,0
Trésorerie nette (+)	+ 10,9	+ 16,8	- 5,9

TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

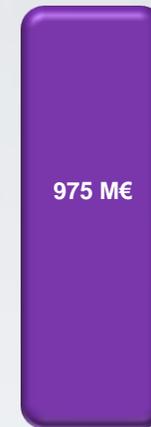
M€	30/06/11	30/06/10	Var. M€
CAF avant charge d'intérêt et IS	219,7	132,5	+ 87,2
Impôts versés	(31,7)	3,0	- 34,7
Variation de BFR lié à l'activité	(56,2)	(3,2)	- 53,0
Flux de trésorerie générés par l'activité	131,8	132,3	- 0,5
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(14,7)	(222,7)	+ 208,0
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	(125,8)	(61,0)	- 64,8
Variation de trésorerie	(8,7)	(151,4)	+ 142,7
Trésorerie au début de l'exercice	37,0	566,8	- 529,8
Trésorerie à la clôture de l'exercice	28,3	415,4	- 387,1

UNE SITUATION FINANCIÈRE FAVORABLE

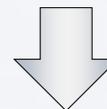
Endettement financier net (-) / Trésorerie nette (+)
en M€



Lignes bilatérales confirmées



30/06/2011



**Note S&P relevée de BBB / perspective positive
à BBB+ / perspective stable**

SOMMAIRE

- 1 ACTIVITÉ DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 2 COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 3 PERSPECTIVES
- 4 QUESTIONS & RÉPONSES

PERSPECTIVES

	2010	2011 ^e
Chiffre d'affaires consolidé groupe TF1	2 622 M€	=

❖ Hypothèse de stabilité du chiffre d'affaires consolidé sur l'année 2011

LA SAISON 2011-2012 SUR TF1

Séries américaines : reconduction des 7 franchises de prime-time sur la saison 2011-2012



Mentalist
(saison 3)



Dr House
(saison 7)



Grey's anatomy
(saison 7)



**Les experts
Miami**
(saison 9)

Et aussi : *Les Experts, Les experts Manhattan et Esprits criminels*

Films : comédies françaises et blockbusters américains



Fiction française : à venir sur septembre-décembre

Marques fortes :



Joséphine ange gardien



Camping paradis

Événements :



Flics
Saison 2

LA SAISON 2011-2012 SUR TF1

En prime-time : des marques emblématiques



Masterchef (saison 2)
- Présenté par Carole Rousseau
- Jury reconduit (F. Anton, Y. Camdeborde, S. Demorand)



Danse avec les stars (saison 2)
- Présenté par S. Quétier et V. Cerutti
- Le jury et les danseurs reconduits



Koh Lanta : en Indonésie
11^{ème} saison
Présenté par D. Brogniart

En access : des formats innovants



Une nouvelle émission humoristique avec Nicolas Canteloup

- avec la participation de Nikos Aliagas



Confirmation de la version allongée de Sept à huit

- de 18h à 19h45
- un format performant en juin : 3,6m / 26% / 32% pour les 2 dernières émissions

Emission Politique : *Parole directe*



20 minutes d'interview d'une personnalité politique par Laurence Ferrari après le JT de 20 heures

Et de grands rendez-vous politiques pendant la campagne présidentielle 2012

LA COUPE DU MONDE DE RUGBY : UNE MOBILISATION 360 ET MULTI-ÉCRANS DU GROUPE TF1

TV



- => Les 20 principaux matches en direct sur TF1
- => Des magazines dédiés sur TF1, Eurosport et LCI
- => Tous les matches de la compétition rediffusés sur Eurosport

IPTV



- => MyTF1 un portail spécial Coupe du Monde pour les « box » partenaires : catch-up

TABLETTE



- => Toute l'actualité de la Coupe du Monde de Rugby en temps réel : résultats, analyses, catch-up...



WEB



- => Un site spécial Coupe du Monde : simulcast, catch-up, vidéo, analyses, communautaire...

MOBILE



- => Les matches et les mags en direct sur les applications TF1 et Eurosport

UNE REGIE PUBLICITAIRE TOUJOURS MOBILISEE POUR LE SECOND SEMESTRE

◆ L'AVANCEMENT DU PROJET CHALLENGE 2012

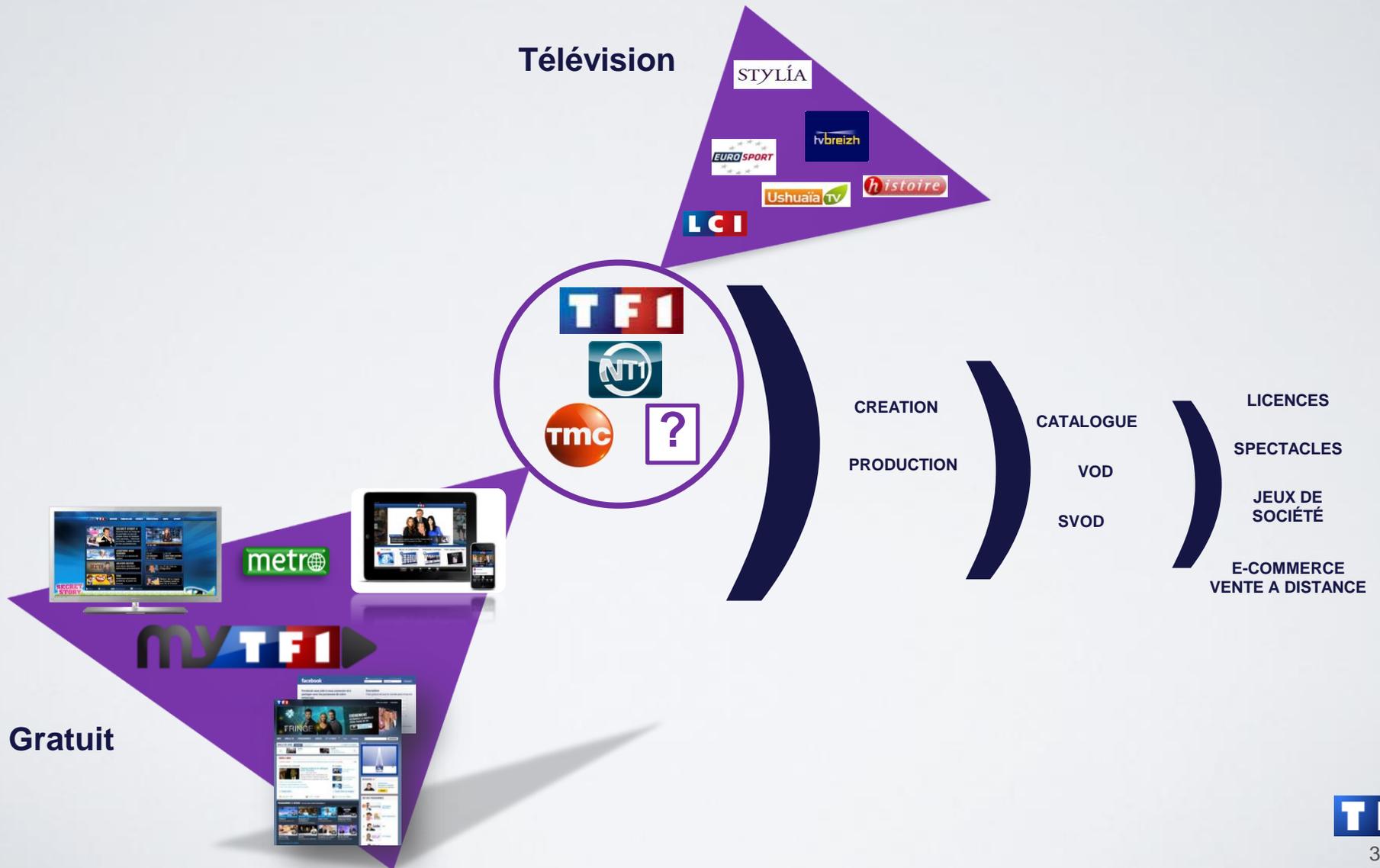
- Développement de l'outil pour le Médiaplanning Internalisé (MPI) et réalisation de tests avec des clients
- Poursuite de l'élaboration du nouveau cadre des négociations et mise en place d'un outil
- Finalisation des Conditions Commerciales et présentation au marché le 15 sept 2011

◆ LA MISE A DISPOSITION D'UN NOUVEL INDICATEUR MÉDIA-MARCHÉ POUR EVALUER LES CAMPAGNES PUBLICITAIRES : LE GRP QA (Quantités Achetées)

◆ STRATÉGIE DIGITALE S2 2011 (WEB, MOBILE, IPTV)

- Accroître notre leadership sur le marché de la vidéo
- Développer notre position sur les supports mobiles

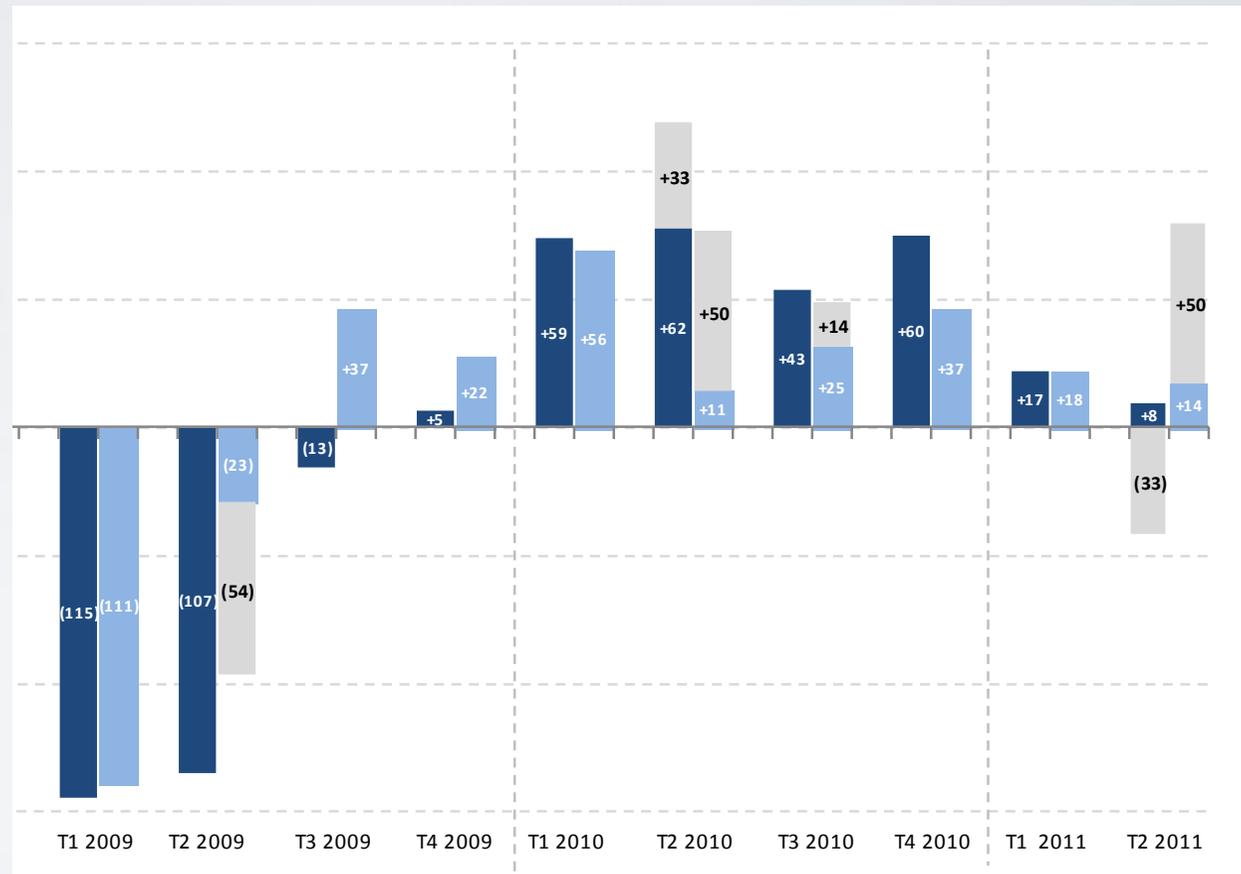
UNE DIVERSIFICATION COHÉRENTE AUTOUR DE LA TÉLÉVISION ET DU GRATUIT



UN MODÈLE ÉCONOMIQUE CONSOLIDÉ

Variations trimestrielles du chiffre d'affaires consolidé et du résultat opérationnel courant (M€) depuis 2009

- YOY Évolution du CA
- YOY Évolution du ROP
- Événements sportifs exceptionnels



ET TOUJOURS... UNE GESTION OPTIMISÉE POUR UNE AMÉLIORATION DE LA RENTABILITÉ

Evolution du taux de marge opérationnelle courante du groupe TF1



SOMMAIRE

- 1 ACTIVITÉ DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 2 COMPTES DU PREMIER SEMESTRE 2011
- 3 PERSPECTIVES
- 4 QUESTIONS & RÉPONSES