

JP Morgan CEO conference

2 juillet 2008



Un Groupe diversifié

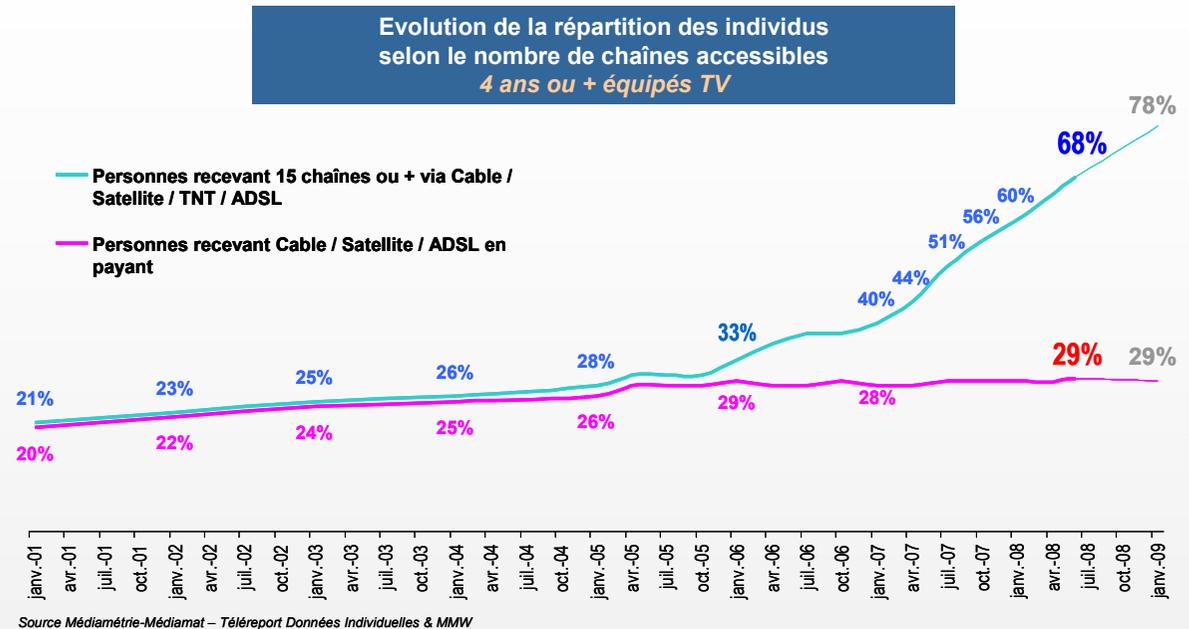


...Disposant d'une position unique

- **TF1 n°1 en clair**
- **TMC n°1 sur la TNT gratuite**
- **TF1 network n°1 media sur le Web**
- **TF1 Pub n°1 des régies**
- **TF1 International n°1 des distributeurs français**
- **TF1 Vidéo n°1 des ventes**
- **Eurosport n°1 des sites sportifs européens**
- **Eurosport n°1 des chaînes de sport en Europe**
- **TF1 Games n°1 des éditeurs de jeux de société**

...Sur un marché en mutation

- La TNT moteur de la numérisation
- Une offre câble satellite stagnante
- L'ADSL en croissance
- La montée forte de l'usage internet



- Une Durée d'écoute par Individu qui n'est pas cannalisée par le Web
- Des ventes d'écrans HD 16/9 dynamiques



La TV Grand spectacle en plein essor

... conservant un leadership fort en TV

1^{er} semestre 2008

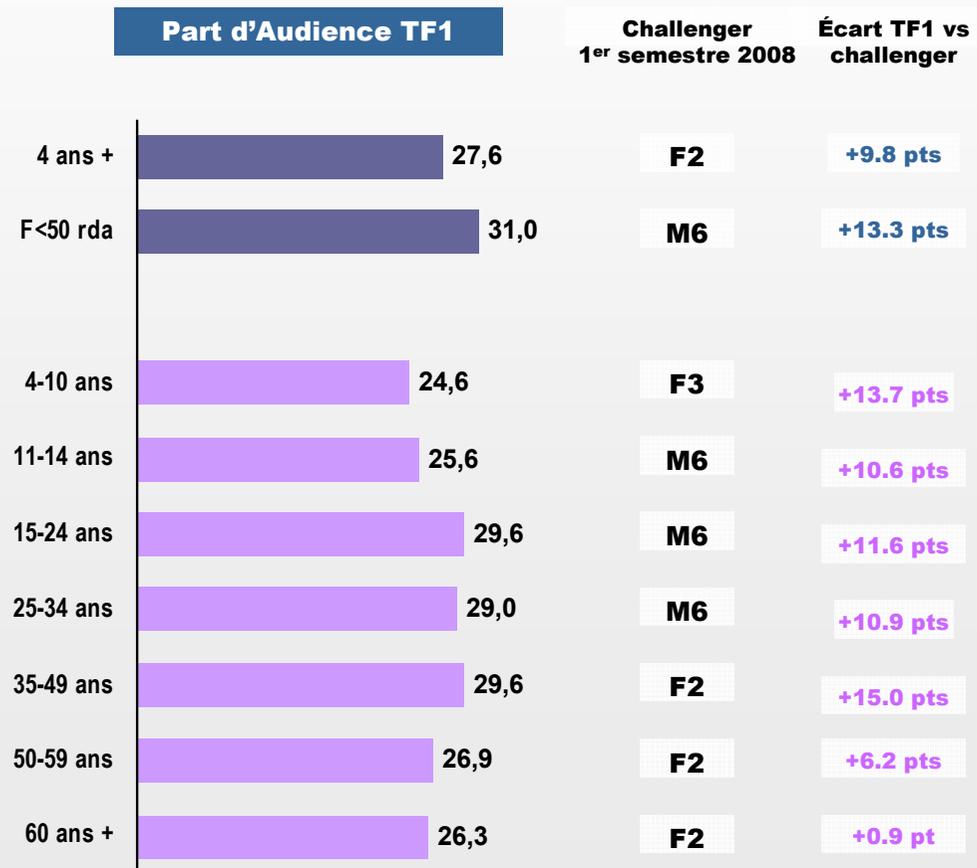


TF1 : une position unique



Access (18h15-19h45) – Prime Time (21h/22h45) – 2^{eme} partie de soirée (22h45/24h30)

TF1 : Leader sur tous les publics



- TF1 - Jp Morgan CEO Tour - July 2nd 2008

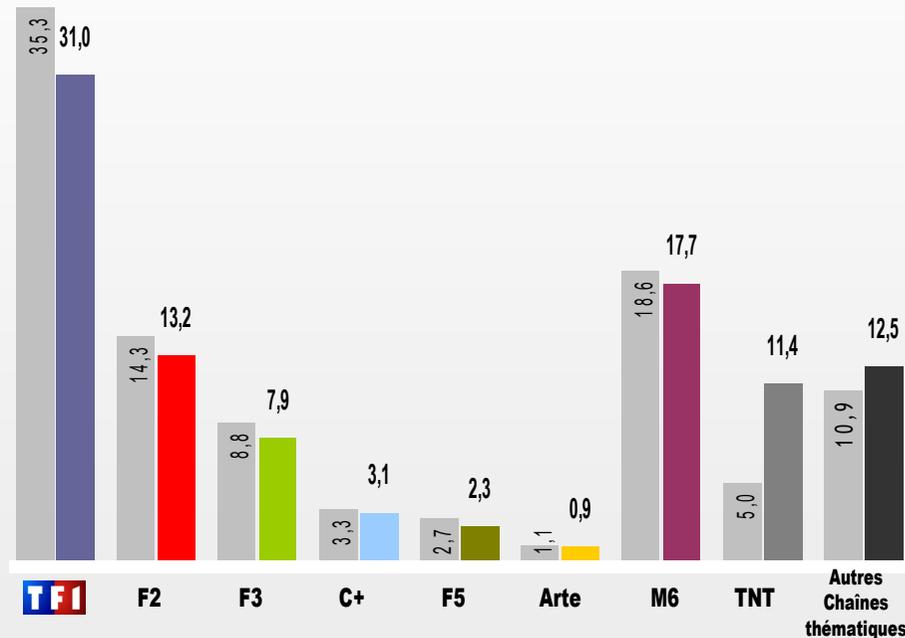
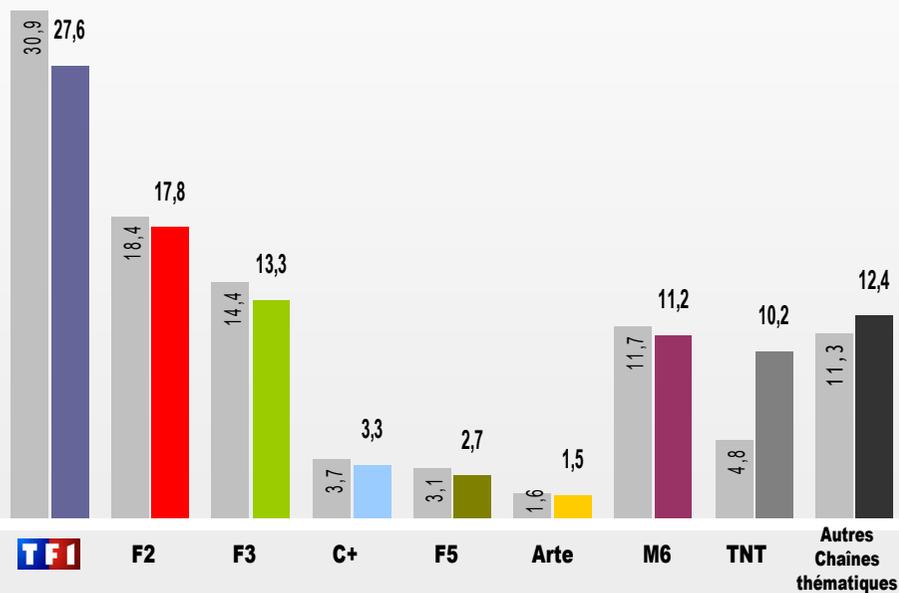
En dépit d'une audience qui se fragmente

■ Jan.-Juin 2007

■ Jan.-Juin 2008

Ind. 4 ans et +

Fem. < 50 ans



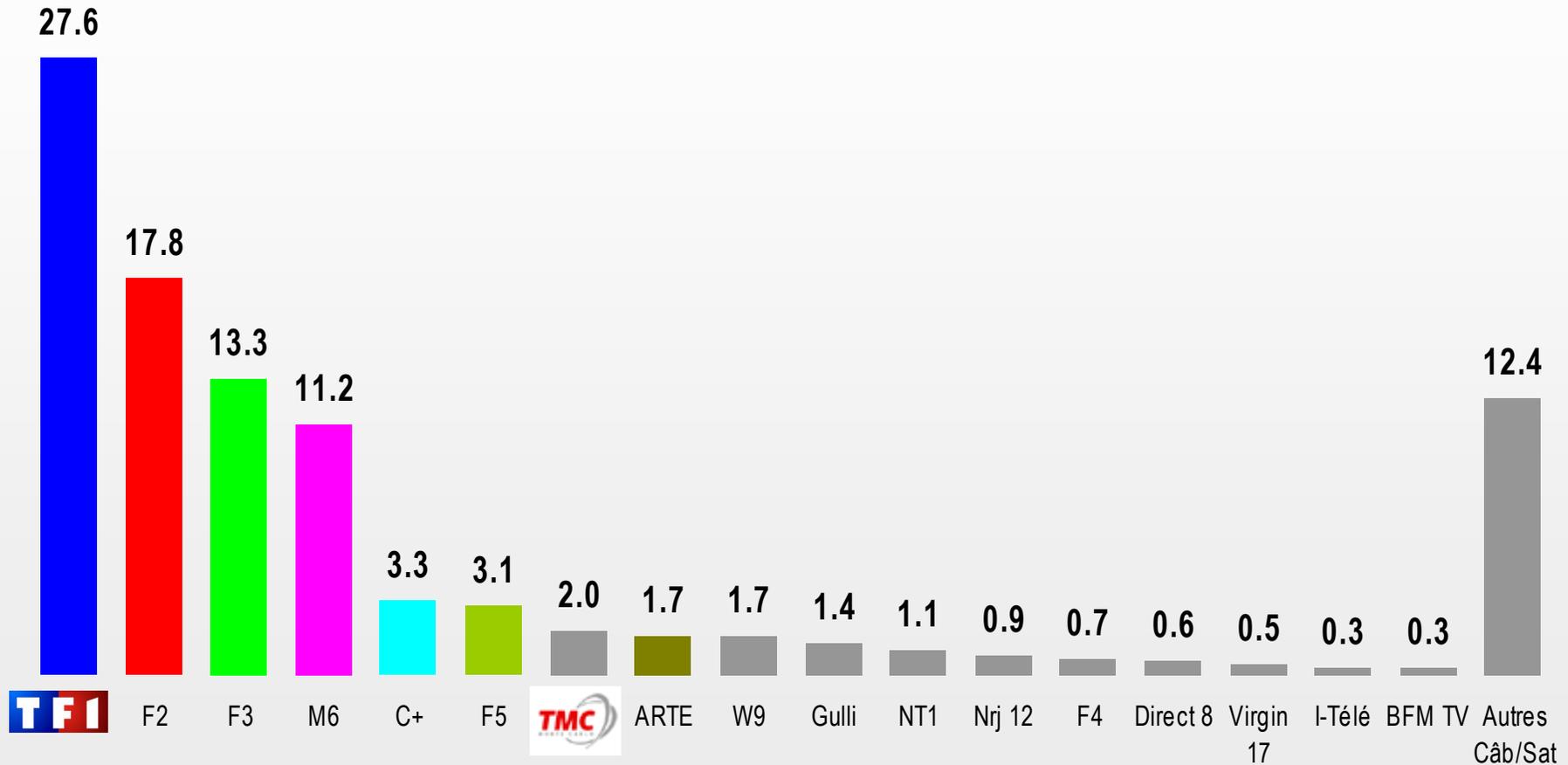
- TF1 - JP Morgan CEO Tour - July 2nd 2008

Source Médiamétrie / Médiamat

En dépit d'une audience qui se fragmente

PdA Individus 4 ans ou + NATIONAL

JANVIER-JUIN 2008



- TFI - JP Morgan CEO Tour - July 2nd 2008

Avec un cumul d'audience favorable

*PdA Individus 4 ans ou + NATIONAL
JANVIER-JUIN 2008*

TV



27,6 %



2,0%

Chaînes du Câble & Satellite

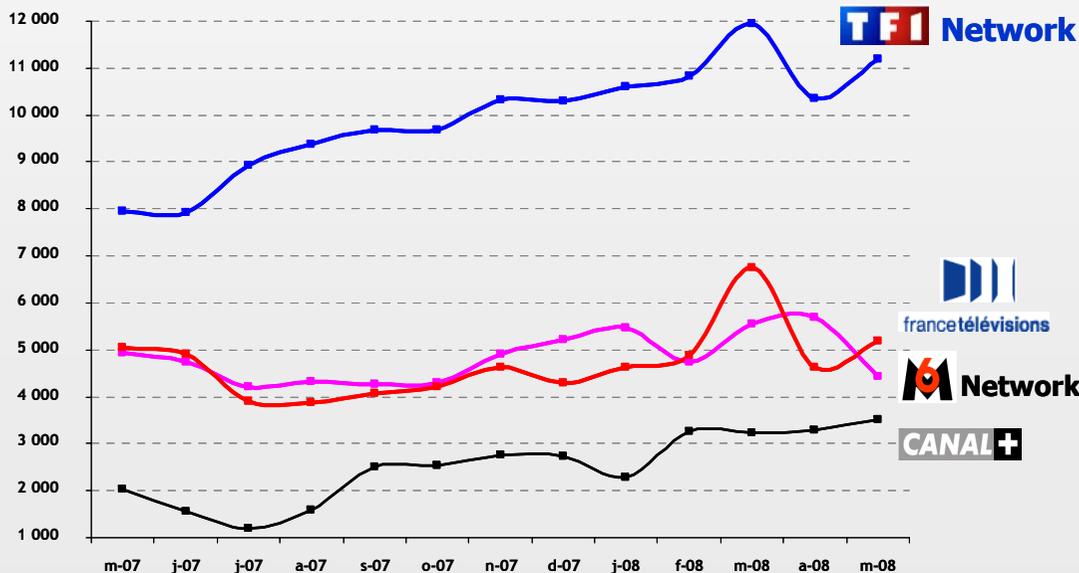


1,4%

GROUPE TF1

31,0%

Sources : Médiamétrie



WEB

En 2007, TF1 network a développé son audience plus vite que tous ses concurrents



Le groupe TF1 devant 4 défis

1. **Technologique** : 16/9^e, HD, IPTV, Catch-up, VOD
2. **Concurrentiel** : TNT, ADSL, Cab / Sat, Web, Mobiles
3. **Economique** : rentabilité et croissance
4. **Comportemental** : nouveaux modes de consommation



**2008 : année charnière
pour préparer le futur**

3 axes stratégiques

Axe n°1 : Réorganiser pour améliorer nos performances

Axe n°2 : Développer notre leadership TV

Axe n°3 : Agir en media global



**Donner au groupe ses meilleures chances de succès
dans tous les domaines**

Axe stratégique n°1 : réorganiser

1. Une équipe alliant expérience et diversité

- Finance, RH, Achats, Marketing Groupe
« *L'esprit Challenger* »
- Antenne, Programme, Information, TF1 Digital, Régie
« *Le changement dans la continuité* »
- CoDG, Comité de Direction, Comité Management
« *Une nouvelle gouvernance* »



Synergie, solidarité, complémentarité

Axe stratégique n°1 : réorganiser

2. Des méthodes et des procédures rigoureuses

- Gestion : ERP, Cockpit, Plan, Comité d'engagement
- Achats : appels d'offres, synergie Groupe TF1
- RH : une optimisation des effectifs
- Programmes : des négociateurs pilotes
- Information : un management unique
- Projets : sous l'autorité d'un seul responsable



Des gains de productivité
Une meilleure maîtrise des dépenses
Un pilotage plus fin

Axe stratégique n°1 : réorganiser l'information du groupe TF1

Avant : 3 structures et 3 rédactions indépendantes



Désormais

- Un management unique
- Des services supports communs
- Des services éditoriaux partagés
- Un projet éditorial multi-canal groupe
- Des moyens optimisés sur le terrain
- Une efficacité renforcée
- Des professionnels motivés par la réforme
- Un process News de seconde génération



Un pôle multi canal moins coûteux

Axe stratégique n°2 : Développer notre leadership TV

1. En adaptant nos programmes sur TF1

- Relancer la création interne avec :
 - Le pôle TF1 Production (Fictions, Magazines, Flux, Sports)
 - TF1 Formats : de la création au codéveloppement
- S'ouvrir à de nouveaux créateurs
 - TF1 Pitch : 23/24 juin
 - 72 Sociétés reçues, 10 formats retenus
 - Une série de rencontres : producteurs, auteurs-réalisateurs, agents d'artistes
- Consolider nos partenariats gagnants
 - Endemol (real TV, jeux, fictions)
 - Coyote (divertissements, jeux, fictions)
 - Formidooble (jeux)
 - Be aware... (divertissements, fictions)
 - Adventure Live (real TV)

Une grille plus novatrice qui s'appuie sur des fondamentaux solides

Axe stratégique n°2 : Développer notre leadership TV

2. En renforçant notre offre de complément

- TMC : un leader, en croissance, rentable et prometteur
- Eurosport : Eurosport 2 comme fer de lance, l'Est le nouveau territoire
- Pôle Découverte : des chaînes de niche, atouts des bouquets payants
- LCI : la moins déficitaire des chaînes d'information, au centre de la réforme du pôle information groupe



Un ensemble à potentiel à enrichir par des positions nouvelles sur la TNT

Axe stratégique n°3 : Agir en média global

Les nouveaux médias au cœur de notre offre

- Multiplier les rebonds entre nos Antennes et le Web, la TV Mobile, la TVIP

« Nos programmes partout, tout le temps, sous toutes les formes »

- Continuer d'investir le terrain des pure-players du Web 2.0 et du e-commerce

« Notre savoir-faire sur tous les terrains de jeux »

- TF1 - JP Morgan CEO Tour - July 2nd 2008



Créer de nouvelles relations avec tous les publics

Axe stratégique n°3 : Agir en média global

Le rebond Antenne / web : déjà une réalité



**Une approche multimédia
dès le projet d'écriture, de production, d'acquisition**

Axe stratégique n°3 : Agir en média global

Détenir des droits d'exploitation tous supports

- Endemol (real TV)
- Marathon (jeunesse)
- Adventure Live... (real TV)

Devenir un acteur majeur de la diffusion vidéo

- Patrimoine TF1, Offre VOD et catch-up enrichie
- Refonte de TF1.fr et de LCI.fr

Développer notre offre de jeux on line

- Déclinaison, Synchronisation, Prolongement des programmes
- Jeux et paris on line : l'avenir ?

Renforcer nos sites pure-player à fort CPM

- Univers féminin, Séries, Cinéma, Automoto, People, Tourisme
- Overblog, Wat, Nomao : le web communautaire



**Monter des partenariats ou acquérir des sites avec...
prudence**

Axe stratégique n°3 : Agir en média global



Une seule équipe

Toute la panoplie de l'offre
pub online à proposer
à nos annonceurs

Une dynamique d'ensemble

Display

Display TV/ Web / 361

Display pure-web

Display vidéo / 2.0 / ...

Hors
display

Marketing direct / ciblage

Affiliation

Advertainment

Liens sponsors ciblés / P.A.

Mobile

- TF1 - Jp Morgan CEO Tour - July 2nd 2008

La régie est opérationnelle on line

6 atouts pour le futur

1. Un groupe en ordre de bataille

- Une équipe
- Une organisation
- Des process

2. Des moyens financiers groupe

- Gearing à 48%
- Put Canal+
- Actifs : Groupe AB, Eurosport, TF1 International
- Un actionnaire de référence : Bouygues
- Notation A- Standard & Poor's

3. Une présence multi canal

- TV Gratuite / payante
- Presse gratuite (Metro)
- Web
- Vidéo/VOD
- E-commerce

6 atouts pour le futur

4. Une régie multi-supports

- TV,
- Web,
- Radio,
- Hors media
- Presse gratuite



Une offre 360°

5. De nouveaux territoires à explorer

- Partenariats
- Jeux / Paris sportifs, hippiques
- Supports émergents
- TV mobile
- Catch up

6 atouts pour le futur

6. Une réglementation en profonde évolution

- Suppression partielle de la publicité sur France 2, France 3, France 5 au 1er janvier 2009 de 20h à 6h ; Suppression totale fin 2011
- Décret heure d'horloge et déplafonnement à 216 min octobre 2008 ?
- Seconde coupure dans les œuvres au 1er janvier 2009 ?
- Allègement des décrets de production ?
- Dispositif anti concentration revu : détention d'une chaîne à 100% jusqu'à 8% d'audience nationale

Le marché français se met à l'heure de l'Europe



Un groupe leader mobilisé pour son futur avec :

- **la TV comme base,**
- **le multi canal comme voie d'avenir,**
- **la rigueur et**
- **la créativité comme moyens d'action**

**De nouveaux territoires vont s'ouvrir
qui nous permettront de faire valoir nos talents**