



Société Anonyme au capital de 42 104 313,40 €
Siège social : 1, quai du Point du Jour
92100 BOULOGNE BILLANCOURT
326 300 159 RCS NANTERRE

ASSEMBLEE GENERALE MIXTE

14 avril 2016

QUESTIONS - REPONSES

RÉPONSES AUX QUESTIONS POSÉES LORS DE L'ASSEMBLEE GENERALE MIXTE DU 14 AVRIL 2016

Principales questions posées en séance

A une question portant sur la vision du management de TF1, le Président indique que la Direction Générale souhaite capitaliser sur les forces et les talents du groupe que sont le savoir-faire et la connaissance du marché et relever les défis des nouveaux acteurs et des changements technologiques à venir.

Alors qu'un actionnaire s'interroge sur les concurrents de TF1, le Président précise que TF1 s'efforce de maintenir le premium et l'avance du Groupe, sur les différents segments, du fait de viser une audience très large avec les 4 ans et plus, donc la majorité des Français, et de servir au mieux les annonceurs, en tenant compte en même temps des déclinaisons sur le digital désormais très importantes.

En réponse à une question sur les avantages apportées par les nouvelles technologies, la digitalisation, la numérisation et les objets connectés, Gilles Pélisson explique qu'il s'agit de couvrir désormais les différentes postures de consommation ; les jeunes générations ont une consommation des contenus très différente ; il faut donc être assez souple dans la façon de proposer les programmes et exister sur les réseaux sociaux. La technologie permet de croiser nos cibles de consommateurs par rapport à des propositions vis-à-vis de grandes marques. Enfin, la technologie permet de simplifier l'entreprise, d'améliorer les processus internes, comme toute entreprise moderne.

A un actionnaire qui demande au Président comment s'explique la baisse du nombre de commandes chez Téléshopping et les mesures prises, le Président indique que la baisse était principalement liée au renouvellement du catalogue en 2015 et à une difficulté sur la partie logistique au début de l'année 2016. Téléshopping recherche les meilleurs produits. Elle bénéficie d'un fort taux de fiabilité et de satisfaction client ; les boutiques physiques sont au nombre de 7.

Concernant LCI qui a suscité de nombreuses questions, le Président indique avoir décrit l'évolution de la chaîne et de ses obligations vis-à-vis notamment du CSA. LCI se veut être une chaîne d'information un peu plus généraliste et moins une chaîne économique ; la grille est en cours de finalisation, le projet de LCI sera totalement abouti fin août 2016 ; un certain nombre d'émissions, durées et sujets à couvrir seront certainement ajustés. LCI dispose de vrais atouts pour se réinstaller dans le paysage français par la qualité de son information et de ses magazines, dans un marché qui sera partagé à quatre ; son modèle économique va se transformer et l'objectif est de remettre LCI à l'équilibre financier dans trois ou quatre ans.

A une question relative au critère de marge opérationnelle, le Président confirme qu'une partie de sa rémunération est liée à la marge opérationnelle ; par ailleurs, l'amélioration de la marge opérationnelle continue à faire partie des objectifs du Groupe.

Concernant la création d'un Comité consultatif en vue de renforcer les liens entre la Direction Générale et les actionnaires individuels, Philippe DENERY répond qu'elle n'est pas prévue et que l'équipe Relations investisseurs est à la disposition des actionnaires. Philippe DENERY répond par ailleurs à un actionnaire sur la politique de taux de distribution dans les années à venir en termes de pourcentage du résultat net, qui est à regarder par rapport aux performances et aux résultats de l'année pour les années futures.

Par ailleurs, le Président a répondu à diverses questions relatives aux chaînes, aux programmes et aux audiences du Groupe, ainsi qu'à l'organisation des assemblées générales.