

# Roadshow Paris

Mars 2008



 **CHEUVREUX**

# 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.**

# Bilan 2007

## Un univers en mutation

- La montée en puissance de la TNT
- L'augmentation de la consommation TV et Internet
- Des modes de consommation multiples
- L'arrivée de nouveaux entrants

## TF1 sur tous les fronts

- Un leadership qui s'étend
- Une croissance publicitaire sur tous les supports
- La diversification moteur de la croissance
- Des partenariats prometteurs

## 2007 : l'année du changement

- Une gouvernance nouvelle
- Une organisation en évolution
- Un management plus transversal

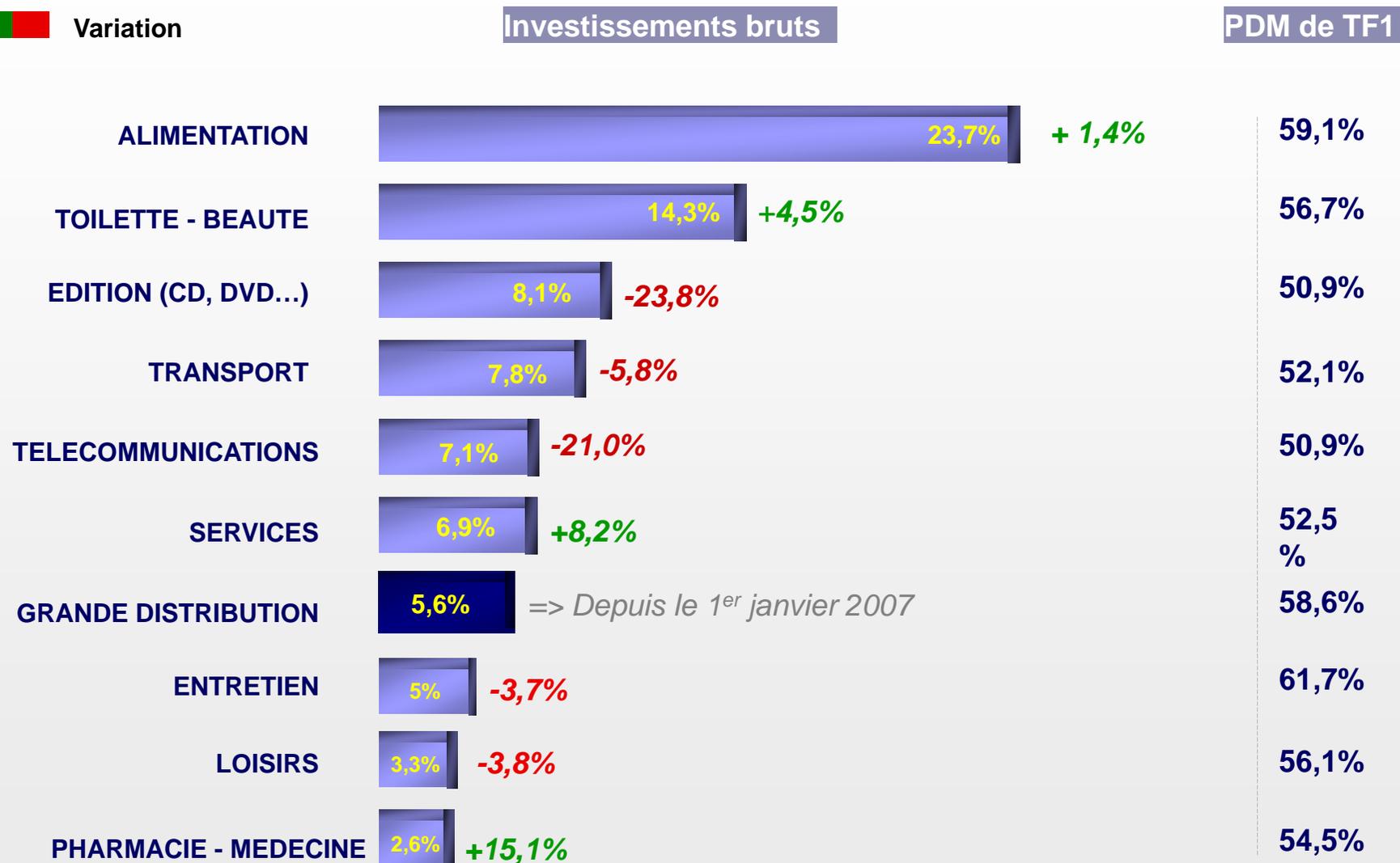
# Évolution du chiffre d'affaires

M€	2007	2006	Var	Var %
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>2 763</b>	<b>2 654</b>	<b>109</b>	<b>+ 4,1%</b>
<b>CA Publicité TF1 SA</b>	<b>1 718</b>	<b>1 708</b>	<b>10</b>	<b>+ 0,6%</b>
<b>CA Diversification</b>	<b>1 045</b>	<b>946</b>	<b>99</b>	<b>+ 10,5%</b>
<i>Détails du CA Pub Groupe</i>				
<b>Antenne TF1</b>	<b>1 718</b>	<b>1 708</b>	<b>10</b>	<b>+ 0,6%</b>
<b>Thématiques France</b>	<b>92</b>	<b>74</b>	<b>18</b>	<b>+ 24,3%</b>
<b>Internet France</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>+ 80%</b>
<b>Eurosport international</b>	<b>72</b>	<b>79</b>	<b>(7)</b>	<b>- 8,9%</b>
<b>Chiffre d'affaires pub total</b>	<b>1 900</b>	<b>1 871</b>	<b>29</b>	<b>+ 1,6%</b>

- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

# Évolution du chiffre d'affaires publicitaire par secteur

■ Poids  
■ ■ Variation



- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

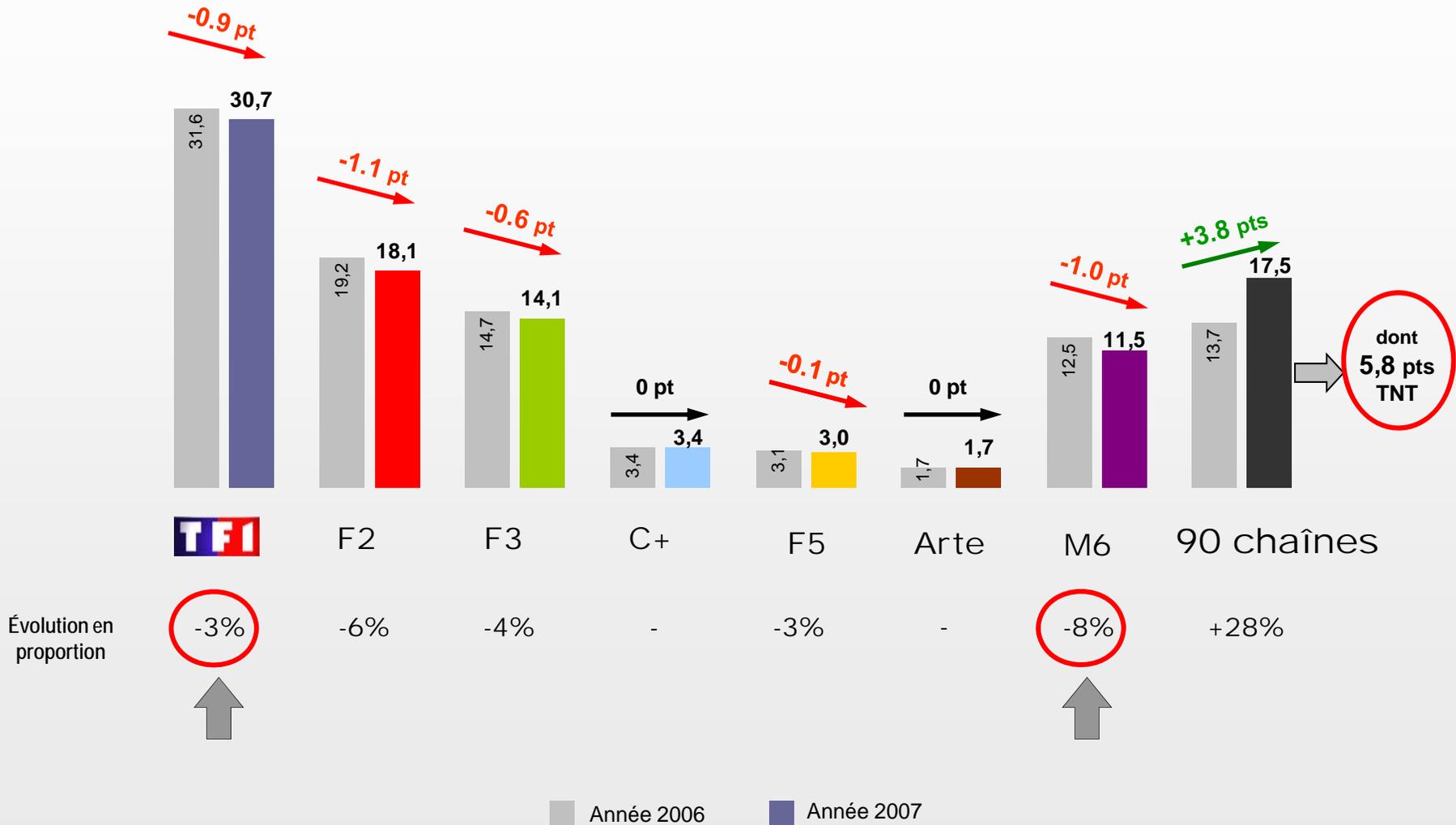
# Évolution du chiffre d'affaires consolidé

M€	2007	2006	Var	Var %
<b>Antennes France</b>	<b>2 220,5</b>	<b>2 153,6</b>	<b>66,9</b>	<b>3,1%</b>
<i>TF1 SA</i>	1 729,3	1 724,3	5,0	0,3%
<i>Chaînes thématiques France</i>	188,6	153,9	34,7	22,5%
<i>Groupe Téléshopping</i>	153,1	110,3	42,8	38,8%
<i>TF1 Entreprises</i>	40,5	38,3	2,2	5,7%
<i>e-tf1</i>	57,1	71,3	(14,2)	(19,9%)
<i>Sociétés de production interne</i>	28,1	31,1	(3,0)	(9,6%)
<i>Divers</i>	23,8	24,4	(0,6)	NS
<b>Droits audiovisuels</b>	<b>268,1</b>	<b>240,9</b>	<b>27,2</b>	<b>11,3%</b>
<i>TF1 Vidéo</i>	166,7	157,9	8,8	5,6%
<i>Catalogue</i>	101,4	83,0	18,4	22,2%
<b>Antennes internationales</b>	<b>274,8</b>	<b>259,2</b>	<b>15,6</b>	<b>6,0%</b>
<b>Activités diverses</b>	<b>0,2</b>	<b>-</b>	<b>0,2</b>	<b>-</b>
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>2 763,6</b>	<b>2 653,7</b>	<b>109,9</b>	<b>4,1%</b>

- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

# TF1 : le meilleur bilan des chaînes nationales

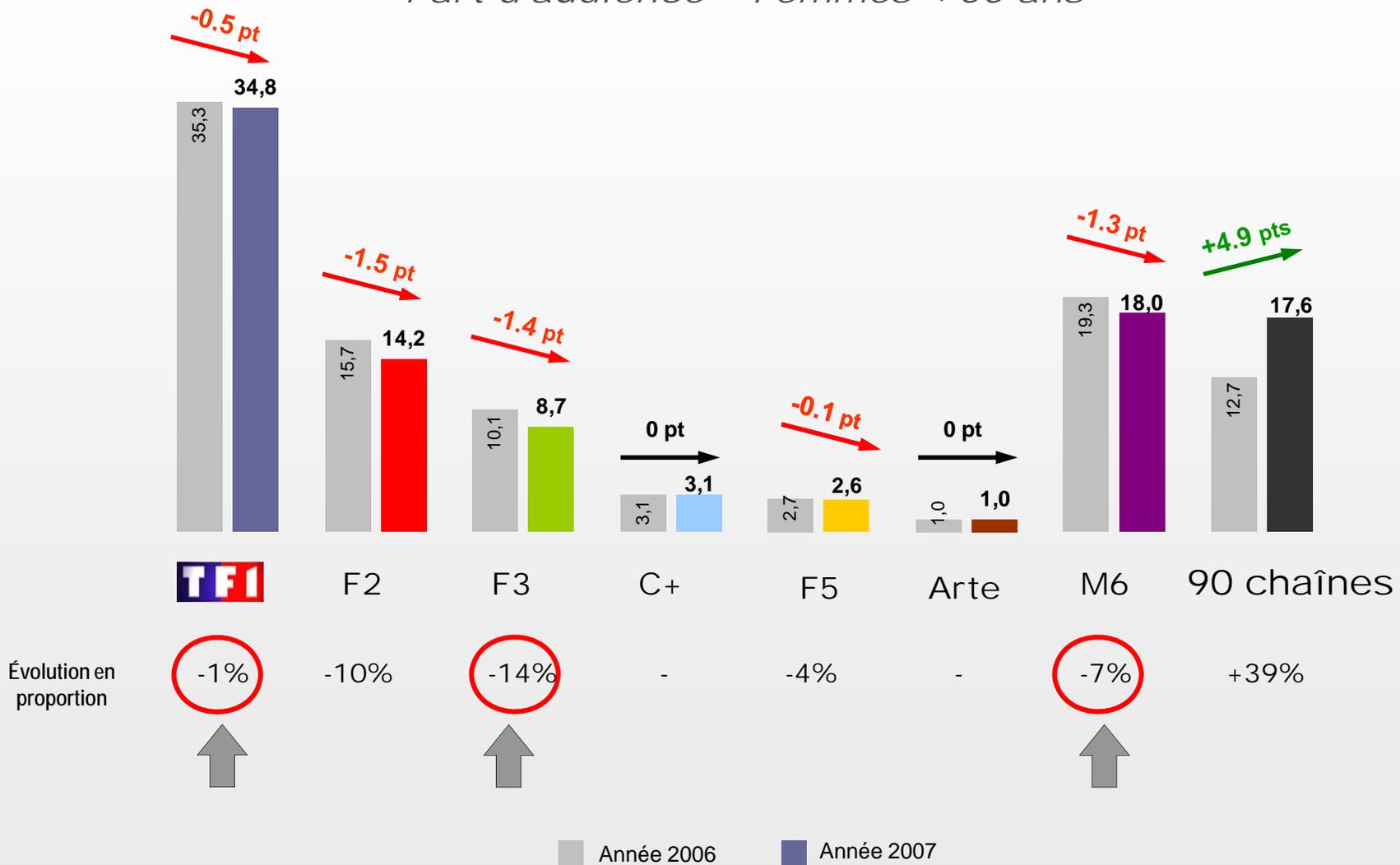
Part d'audience - Individus 4 ans ou +



- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

# TF1 confirme son leadership sur la cible publicitaire

Part d'audience - Femmes < 50 ans



- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

# TF1, la chaîne la plus attractive

## Part d'audience

*Janvier - Décembre 2007*

Paysage actuel* (i.e. ~30% pénétration de la Pay TV)			TNT*		Univers câble & sat**		
				Degré de résistance		Degré de résistance	
<b>TF1</b>	<b>30,7%</b>	→	<b>29,7%</b>	<b>97%</b>	→	<b>25,3%</b>	<b>82%</b>
<b>France 2</b>	18,1%	→	16,7%	<b>92%</b>	→	13,5%	<b>75%</b>
<b>France 3</b>	14,1%	→	11,7%	<b>83%</b>	→	9,6%	<b>68%</b>
<b>M6</b>	11,5%	→	10,5%	<b>91%</b>	→	8,5%	<b>74%</b>



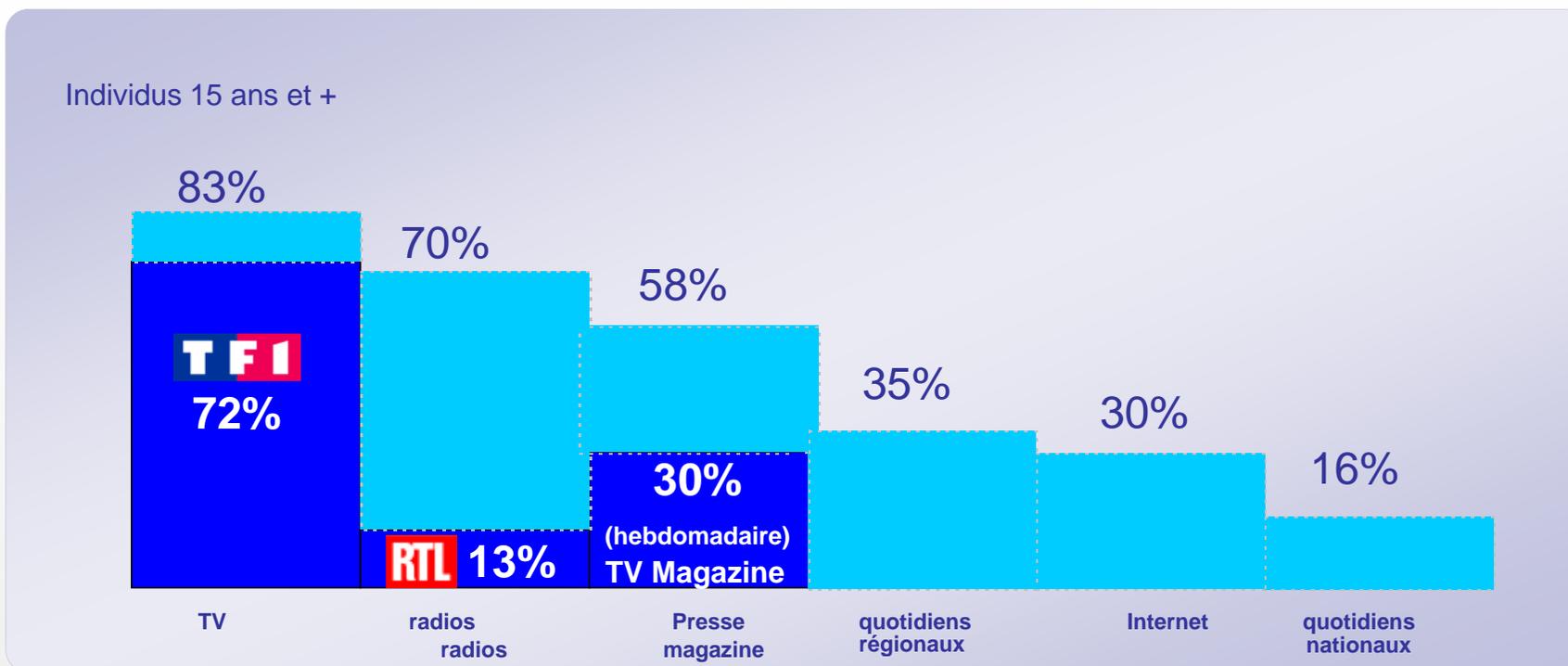
**: la meilleure résistance  
à la fragmentation du marché**

**La fragmentation du marché augmente l'écart  
d'audience entre TF1 et ses concurrentes**

\* Source: Médiamétrie - Mediamat - Ind. 4 ans et + - Janvier - Décembre 2007

\*\* Mediacabsat V13 Janvier - Juin 2007

# TF1, une position unique



**: l'unique média de masse sur le marché publicitaire**

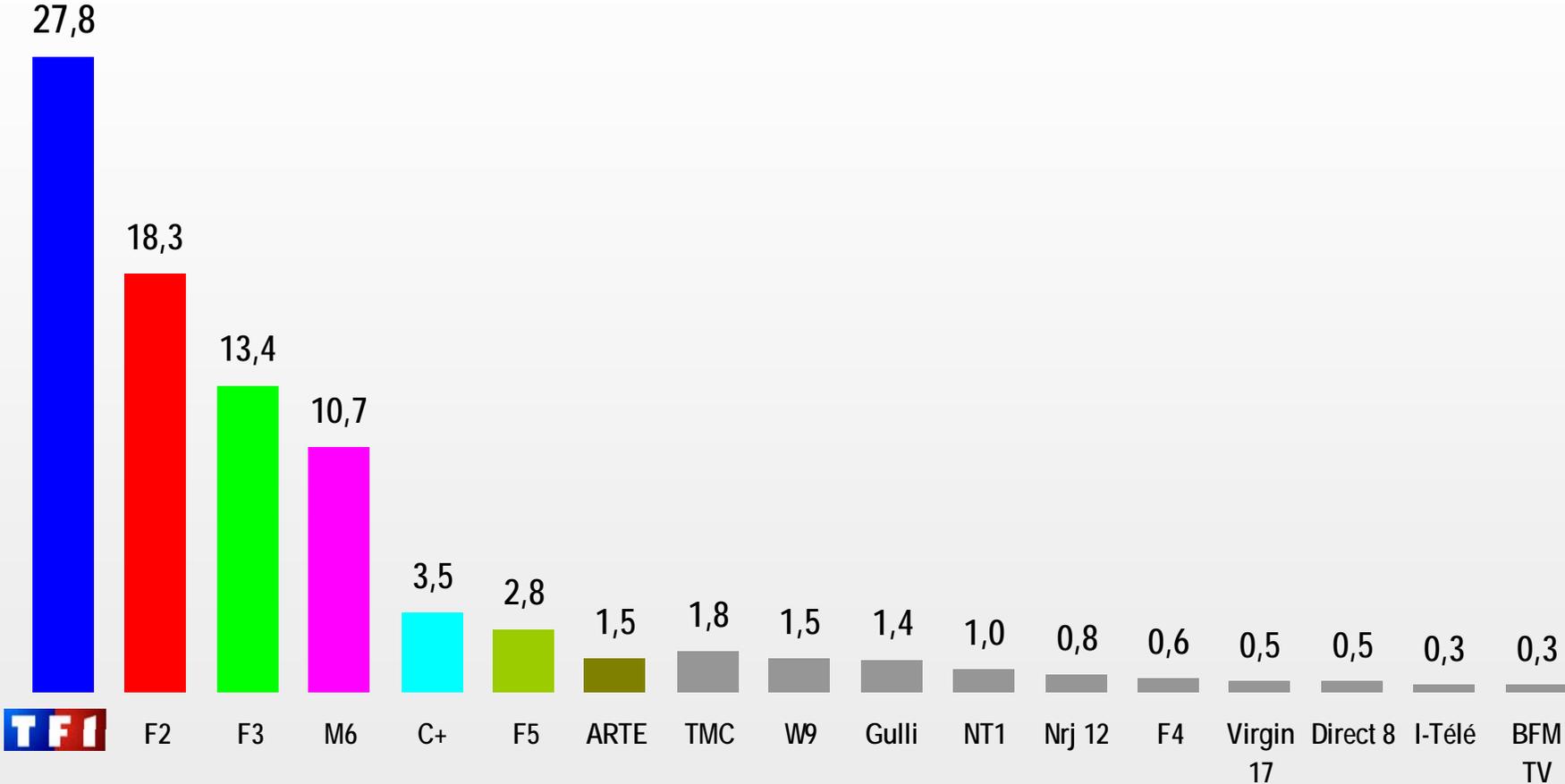
Plus de 35 millions d'Individus 15 ans et + regardent  tous les jours

Source Médiamétrie 2006 - Radio 126 000 April to June 2007 - AEPM 2006 - EPIQ 2006 - internet médiamétrie - observatoire des usages internet T2 2007 - radios commerciales



# TF1 confirme son leadership dans un univers fragmenté

*PdA Individus 4 ans ou + NATIONAL \*  
Janvier-février 2008*



- TF1 - Roadshow Paris - Chevreux - Mars 2008 -

\* Attention, pour les chaînes de la TNT, les PdA sont estimées  
Source Médiamétrie / Médiamat



# Un portefeuille performant de chaînes thématiques



La chaîne **leader sur la TNT**

**7<sup>ème</sup> chaîne nationale en 2007 (objectif : la 5<sup>ème</sup> place)**



**4 chaînes dans le Top des 8 chaînes les plus regardées sur les réseaux câble, satellite et ADSL**



**Pôle Découverte à l'équilibre en 2007**

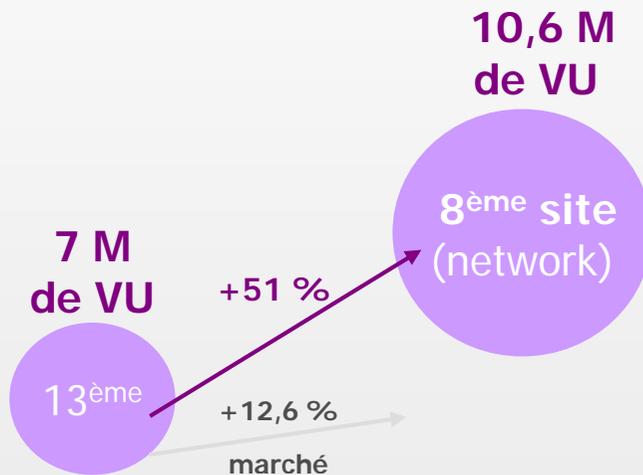
# TF1 network s'installe dans les 10 premiers rangs du web français

**TF1 Network**  
8<sup>ème</sup> offre du web français

Les thématiques **TF1**  
toutes dans le top 3

Janv. 2007

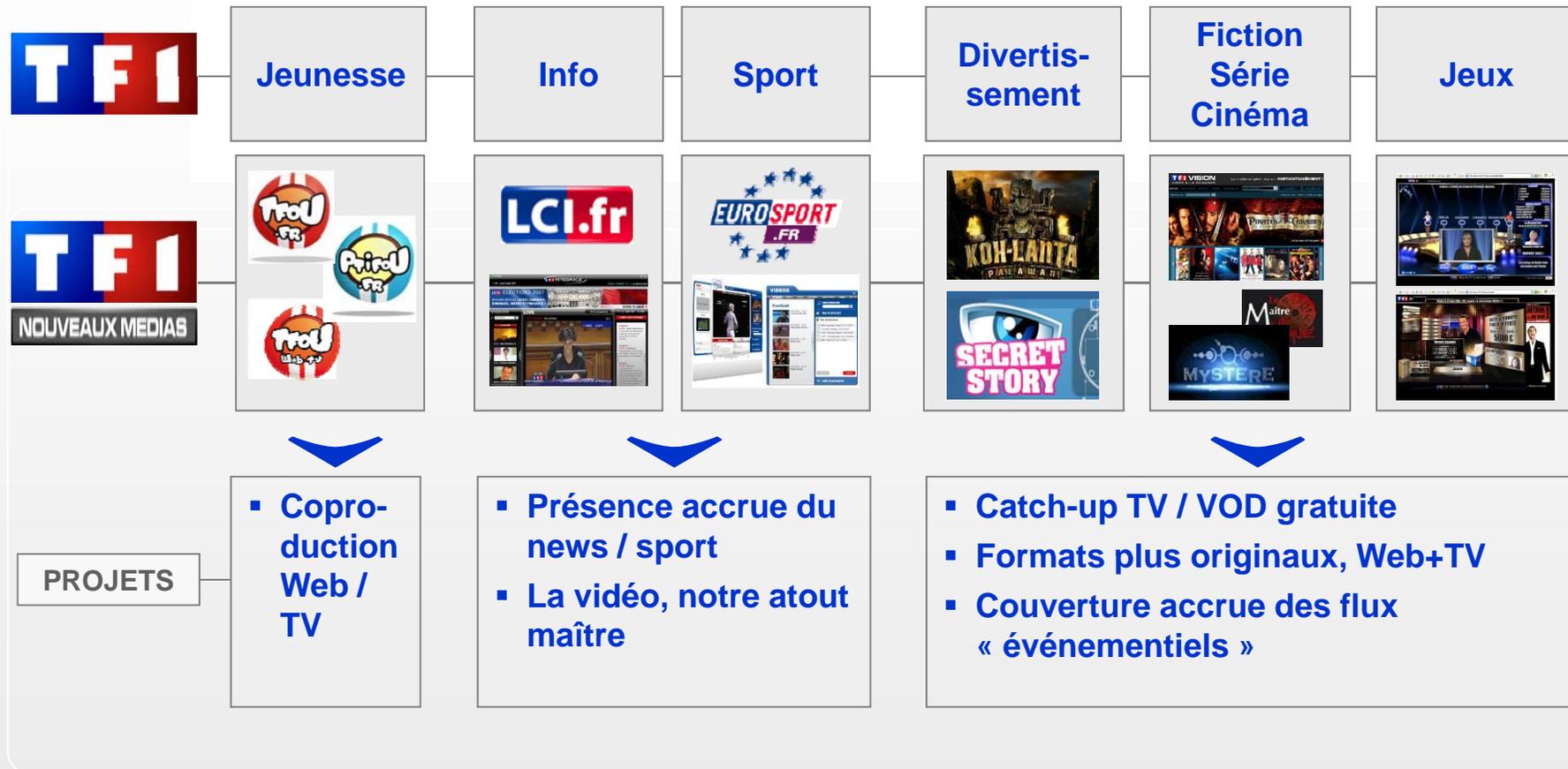
Janv. 2008



Classement janv. 2008

	▷▷	3 <sup>ème</sup> site news
	▷▷	2 <sup>ème</sup> site sports
	▷▷	3 <sup>ème</sup> site jeunesse
	▷▷	3 <sup>ème</sup> site féminin
	▷▷	3 <sup>ème</sup> plateforme vidéo
	▷▷	2 <sup>ème</sup> plateforme blogs

# Le rebond Antenne / web : déjà une réalité



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

# De la Télévision au « Média Global »

Compétences thématiques Groupe TF1	Les usages			Hors média
	TV Linéaire / Non linéaire	PC	Mobilité	
<b>Information</b>	TF1 LCI	tf1.fr LCI.fr	LCI Mobile Podcast	
<b>Sport</b>	TF1 EUROSPORT	EUROSPORT.FR	EUROSPORT MOBILE	WTCC FIA WORLD TOURING CAR CHAMPIONSHIP
<b>Fiction / Cinéma</b>	TF1 TF6 TMC Ivbreizh TF1 VISION VIDÉO À LA DEMANDE	TF1 VISION VIDÉO À LA DEMANDE		
<b>Jeux / Divertis.</b>	TF1 walc	tf1.fr walc overblog	tf1.fr Scar Academy Podcast nomao	TF1 ENTREPRISES
<b>Magazines / Docu.</b>	TF1 Ushuaïa TV @lyssée histoire	Ushuaïa		TF1 ENTREPRISES
<b>Jeunesse</b>	TF1	TF1	TF1	TF1 ENTREPRISES
<b>Autres</b>	TF1 TELE SHOPPING	TELE SHOPPING surinvitation.com 1001 listes	TELE SHOPPING	TELE SHOPPING CIBOUB
<b>LANGUE : FRANCAIS</b>				
Consommation collective			Consommation individuelle	

# PERFORMANCES FINANCIERES

- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -



# Compte de résultat consolidé

M€	2007	2006	Variation	%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>2 763,6</b>	<b>2 653,7</b>	<b>109,9</b>	<b>4,1%</b>
Total coût de grille	(1 024,2)	(1 060,1)	35,9	(3,4%)
Total autres charges et produits d'exploitation	(1 304,9)	(1 181,3)	(123,6)	10,5%
<b>EBITDA marge</b>	<b>434,5 15,7%</b>	<b>412,3 15,5%</b>	<b>22,3</b>	<b>5,4%</b>
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(129,3)	(111,5)	(17,8)	16,0%
<b>Résultat opérationnel marge</b>	<b>305,2 11,0%</b>	<b>300,8 11,3%</b>	<b>4,4</b>	<b>1,5%</b>
Coût de l'endettement financier net	(21,4)	(11,6)	(9,8)	84,5%
Autres produits et charges financiers	28,7	(4,9)	33,6	ns
Impôt	(93,0)	(98,7)	5,7	(5,8%)
QP résultat des sociétés mise en équivalence	8,3	13,1	(4,8)	(36,6%)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>227,8</b>	<b>198,7</b>	<b>29,1</b>	<b>14,6%</b>

# Coût de grille Antenne TF1

M€	2007	2006	Var	Var %
<b>Total coût de grille *</b>	<b>1 024,2</b>	<b>1 060,1</b>	<b>(35,9)</b>	<b>(3,4%)</b>
<b>Evénements sportifs</b>	<b>49,9</b>	<b>113,6</b>	<b>(63,7)</b>	<b>(56,1%)</b>
<b>Total hors événements sportifs</b>	<b>974,3</b>	<b>946,5</b>	<b>27,8</b>	<b>2,9%</b>
Variétés / Jeux / Magazines	254,5	265,3	(10,8)	(4,1%)
Fictions / Téléfilms / Séries/ Théâtre	290,1	279,1	11,0	3,9%
Sports ( <i>hors Coupes du Monde</i> )	146,2	146,5	(0,3)	(0,2%)
Informations	119,2	114,4	4,8	4,2%
Films	138,8	114,7	24,1	21,0%
Jeunesse	25,5	26,5	(1,0)	(3,8%)

- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

\* dont réformes et droits échus

# Résultat opérationnel courant par secteurs

M€	2007	2006	Var	Var %
<b>Antennes France</b>	<b>252,0</b>	<b>245,9</b>	<b>6,1</b>	<b>2,5%</b>
<i>TF1 SA</i>	221,1	224,5	(3,4)	(1,5%)
<i>Chaînes thématiques France</i>	2,0	(13,4)	15,4	ns
<i>Groupe Téléshopping</i>	7,9	8,7	(0,8)	(9,2%)
<i>TF1 Entreprises</i>	1,5	5,9	(4,4)	(74,6%)
<i>e-tf1</i>	2,0	3,8	(1,8)	(47,4%)
<i>Sociétés de production interne</i>	2,1	(1,2)	3,3	ns
<i>Divers</i>	15,4	17,2	(1,8)	(10,5%)
<b>Droits Audiovisuels</b>	<b>17,2</b>	<b>24,9</b>	<b>(7,7)</b>	<b>(30,9%)</b>
<i>TF1 Vidéo</i>	11,1	15,6	(4,5)	(28,8%)
<i>Catalogue</i>	6,0	9,2	(3,2)	(34,8%)
<b>Antennes Internationales</b>	<b>38,2</b>	<b>30,1</b>	<b>8,1</b>	<b>27,3%</b>
<b>Activités diverses</b>	<b>(2,2)</b>	<b>ns</b>	<b>(2,2)</b>	<b>ns</b>
<b>Résultat Opérationnel Courant</b>	<b>305,2</b>	<b>300,8</b>	<b>4,4</b>	<b>1,5%</b>

- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

# Améliorer nos performances

M€	2007	
Chiffre d'affaires consolidé	2 763	62% : publicité Antenne TF1 38% : diversifications
		<ul style="list-style-type: none"><li>• Meilleure monétisation de notre audience</li><li>• Extension du périmètre de la régie publicitaire : <i>on line</i>, autres TV, presse, ...</li><li>• Croissance externe et organique</li> <li>• Suppression de la publicité sur FTV</li><li>• Transposition de la directive européenne</li><li>• Assouplissement du dispositif anti-concentration</li><li>• Lancement anticipé du canal supplémentaire</li><li>• Acquisition d'une autre chaîne TNT ?</li></ul>

# Améliorer nos performances

M€	2007	
Charges opérationnelles TF1 SA	(1 508)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stabilisation du coût de la grille</li> <li>• Renégociations des contrats (flux et sports)</li> <li>• GIE achats de droits</li> <li>• Politique d'achats</li> <li>• Gestion quotidienne</li> <li>• Evolution des obligations de production</li> <li>• Evolution des obligations de diffusion</li> <li>• Baisse du coût de diffusion TDF post switch off</li> </ul>
Charges de diversifications	(950)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Politique d'achats</li> <li>• Gestion quotidienne</li> <li>• Arrêt d'activités non rentables</li> </ul>

# Améliorer nos performances

## Principaux objectifs financiers

- **Prévision 2008 de CA consolidé Groupe : +2,4% (2 830 M€)**
- **Activités de diversification : 50% du CA total groupe en 2011/2012**
- **Marge EBITDA en 2011/2012 : ~ 20%**
- **Stabilisation des coûts de programmes**

# Annexes



# DONNEES PREVISIONNELLES

## Revenus publicitaires pour la chaîne TF1

- Investissements publicitaires de la *Grande Distribution* en 2007 : 5,6% des revenus publicitaires de la chaîne TF1
- CA pub au T1 08 : base de comparaison difficile + 6% au T1 2007

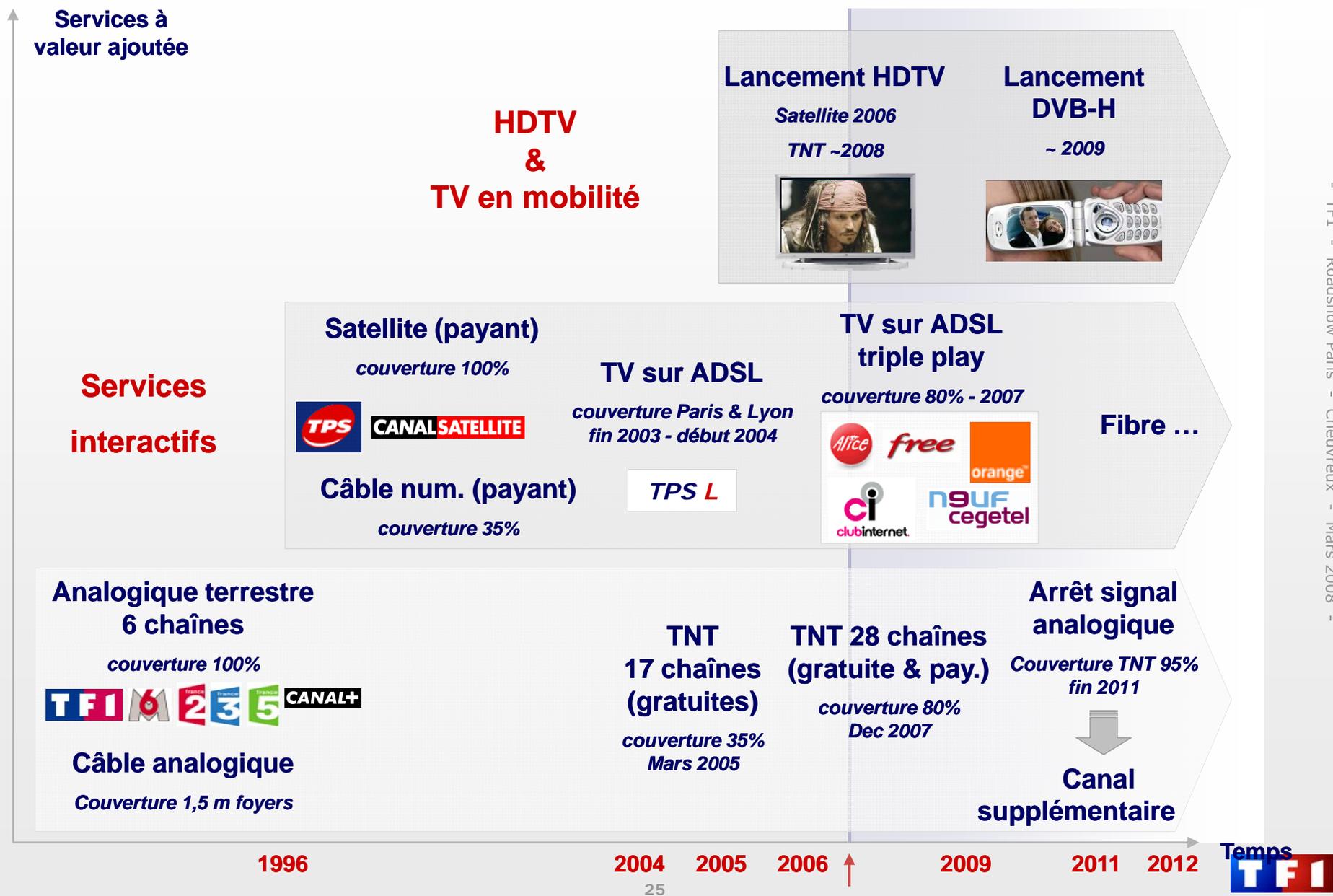
## Coûts de grille

- 2008 Euro : environ 50 M€
- Coupe du Monde de Football 2010 : 120 M€ ; Coupe du Monde de Football 2014 : 130 M€
- Coupe du Monde de Rugby 2011 : ~ 50 M€ ;
- Objectif de stabilisation en 2011/2012

## Objectifs

- CA total Groupe en 2008 : 2 830 M€ (+ 2,4%)
- Revenus des activités de diversifications en 2011/2012 : 50% du CA total Groupe
- Marge EBITDA consolidée (horizon 4-5 ans) : ~ 20%

# Un environnement en pleine évolution



# Télévision Numérique Terrestre

## 17 chaînes gratuites

Service public	     	 	Info
Généralistes	 		Musique
Mini généralistes	    		Jeunesse

MPEG 2

## 11 chaînes payantes

Premium	 	 	Sport
Mini généralistes	 		Cinéma
Info			15-35 ans
Jeunesse			Documentaires

MPEG 4

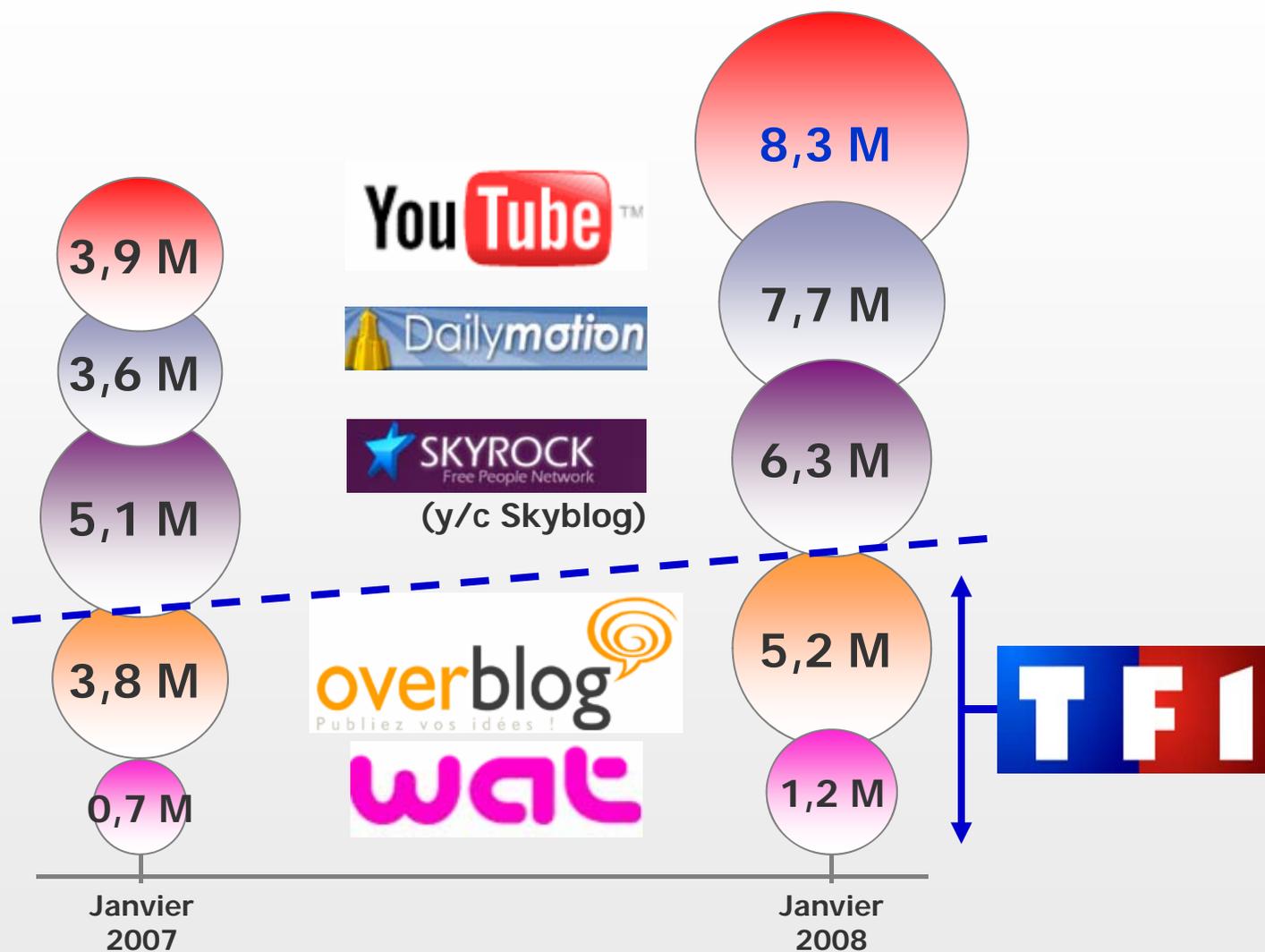


Chaînes du groupe TF1

- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -



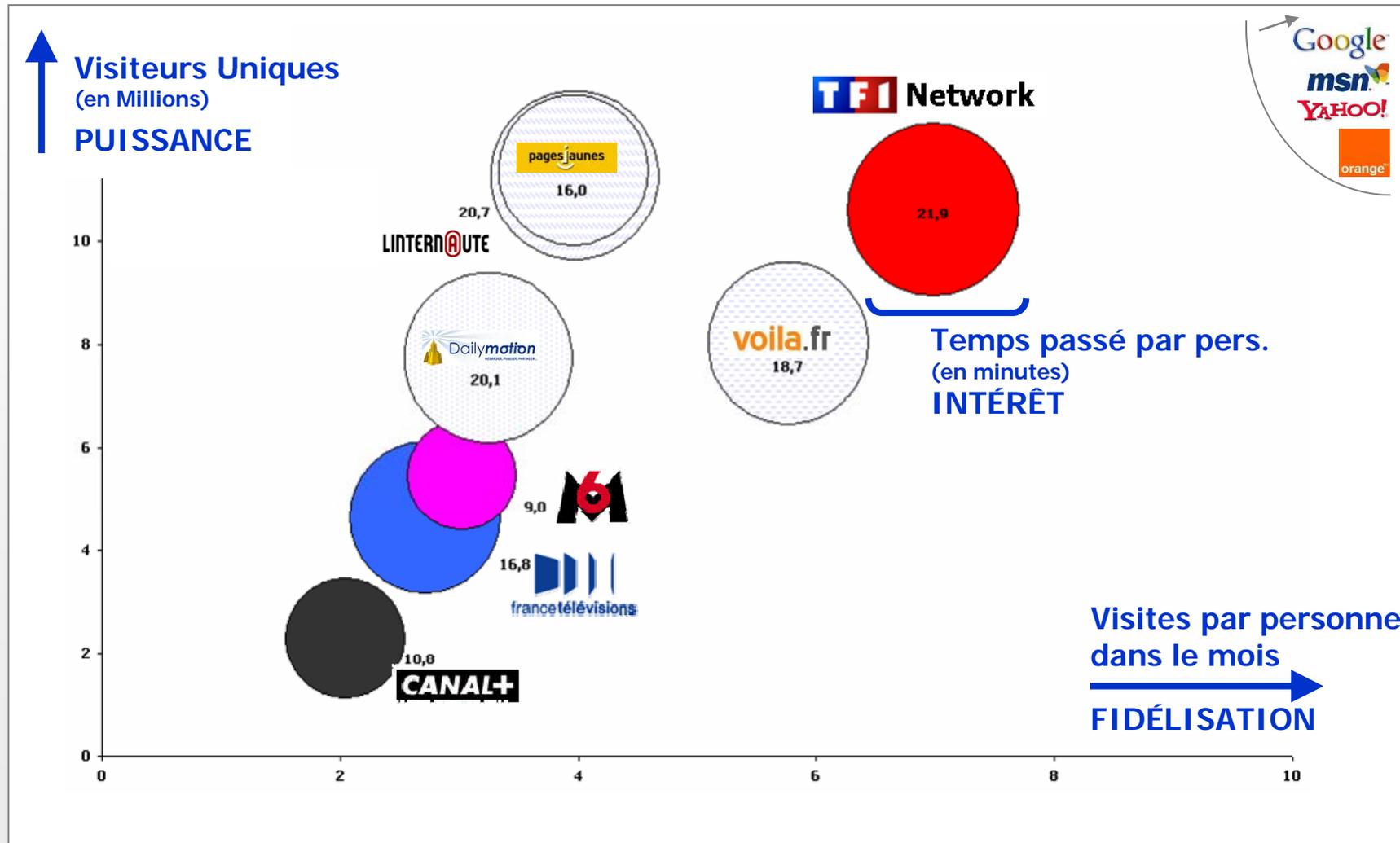
## TF1 a bâti une offre 2.0 complète - blogs, vidéo et communautaire



- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

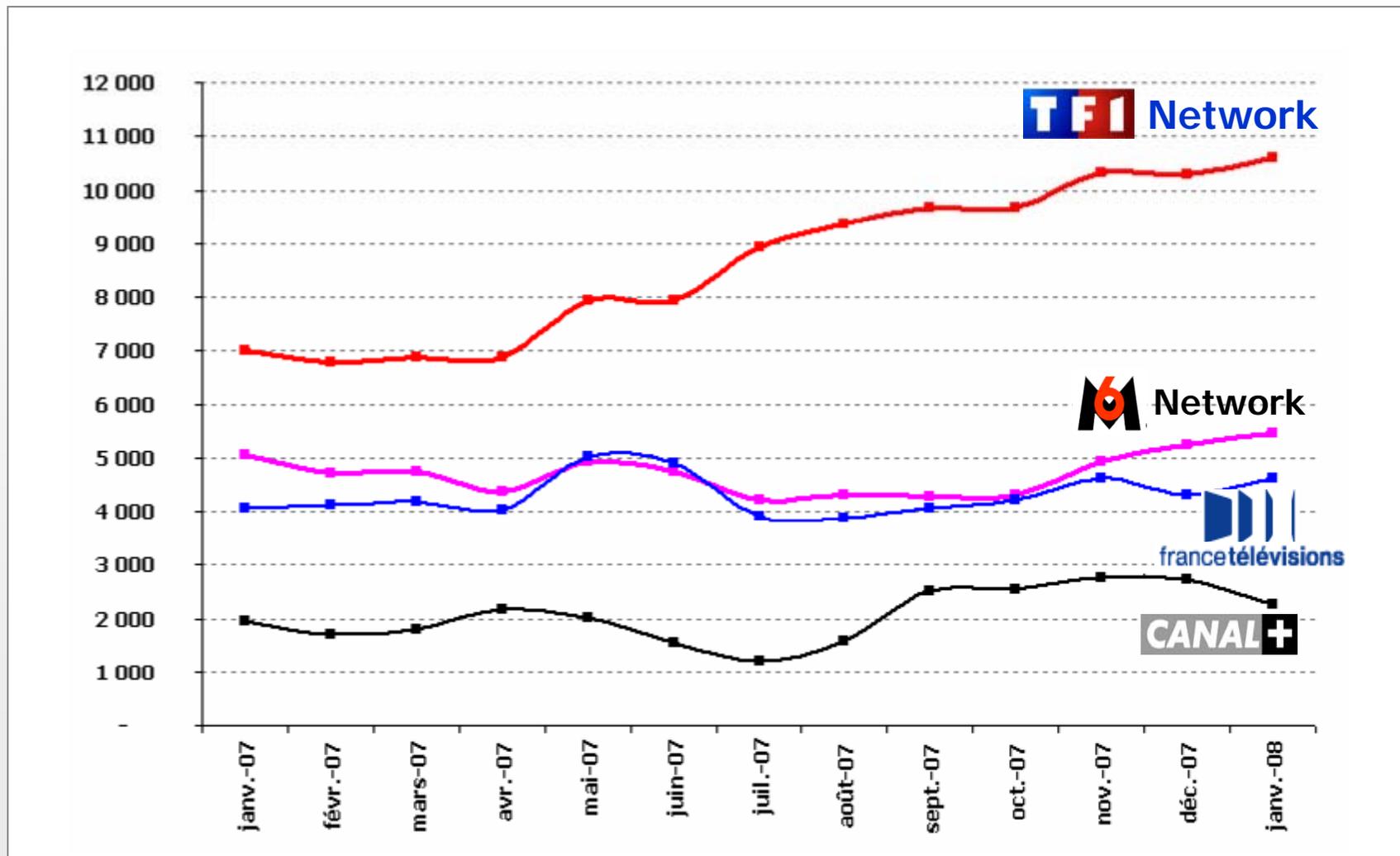
Sources : Panel NNR Médiamétrie, janvier 2008  
Home & Work, application Internet exclus  
- en nombre de Visiteurs Uniques (VU)

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



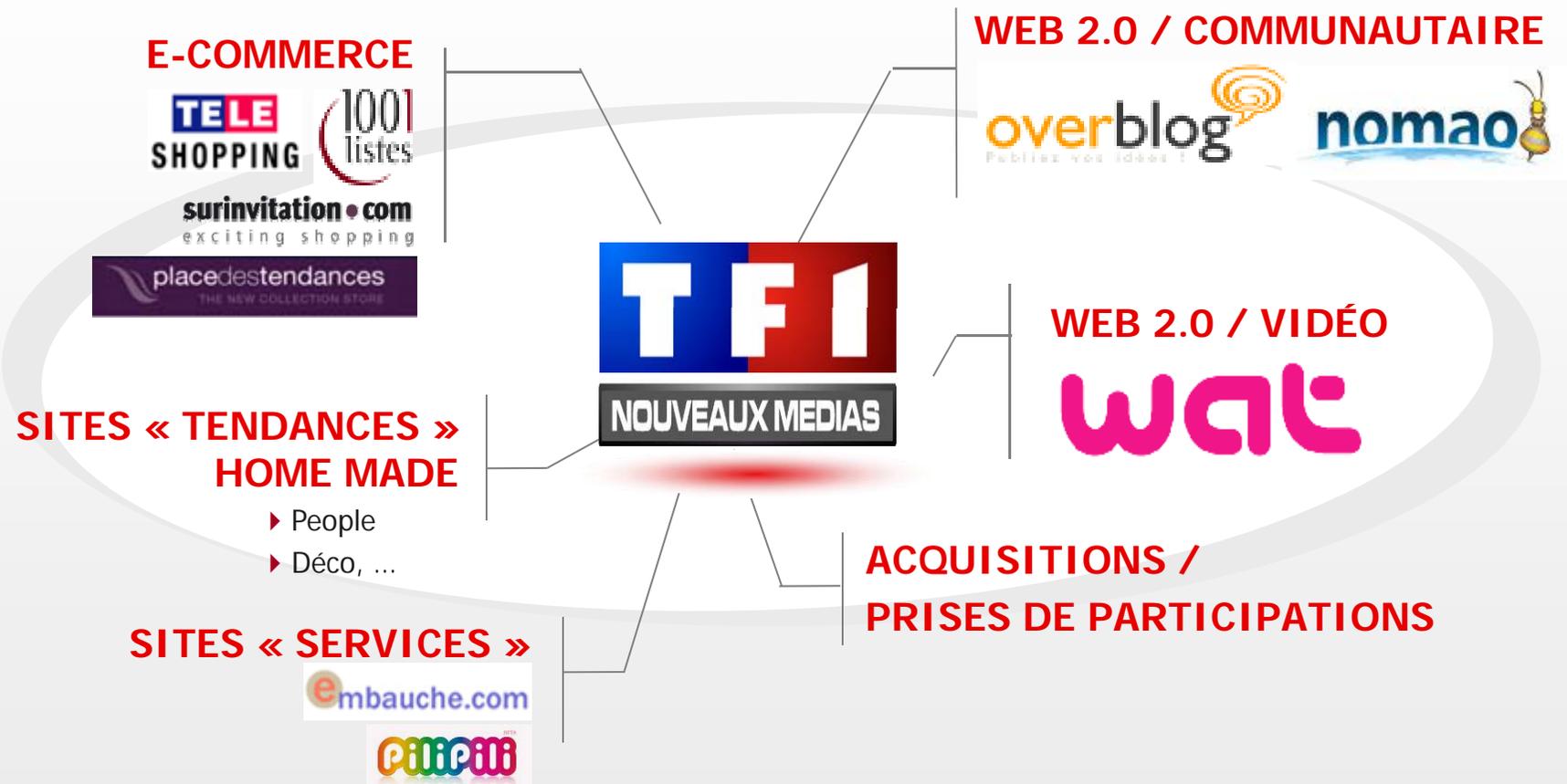
- TF1 - Roadshow Paris - Chevreaux - Mars 2008 -

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



# Agir en média global

## Elargir notre offre pure - player



- TFI - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

Répondre aux attentes multiples des internautes et des annonceurs

# Agir en média global

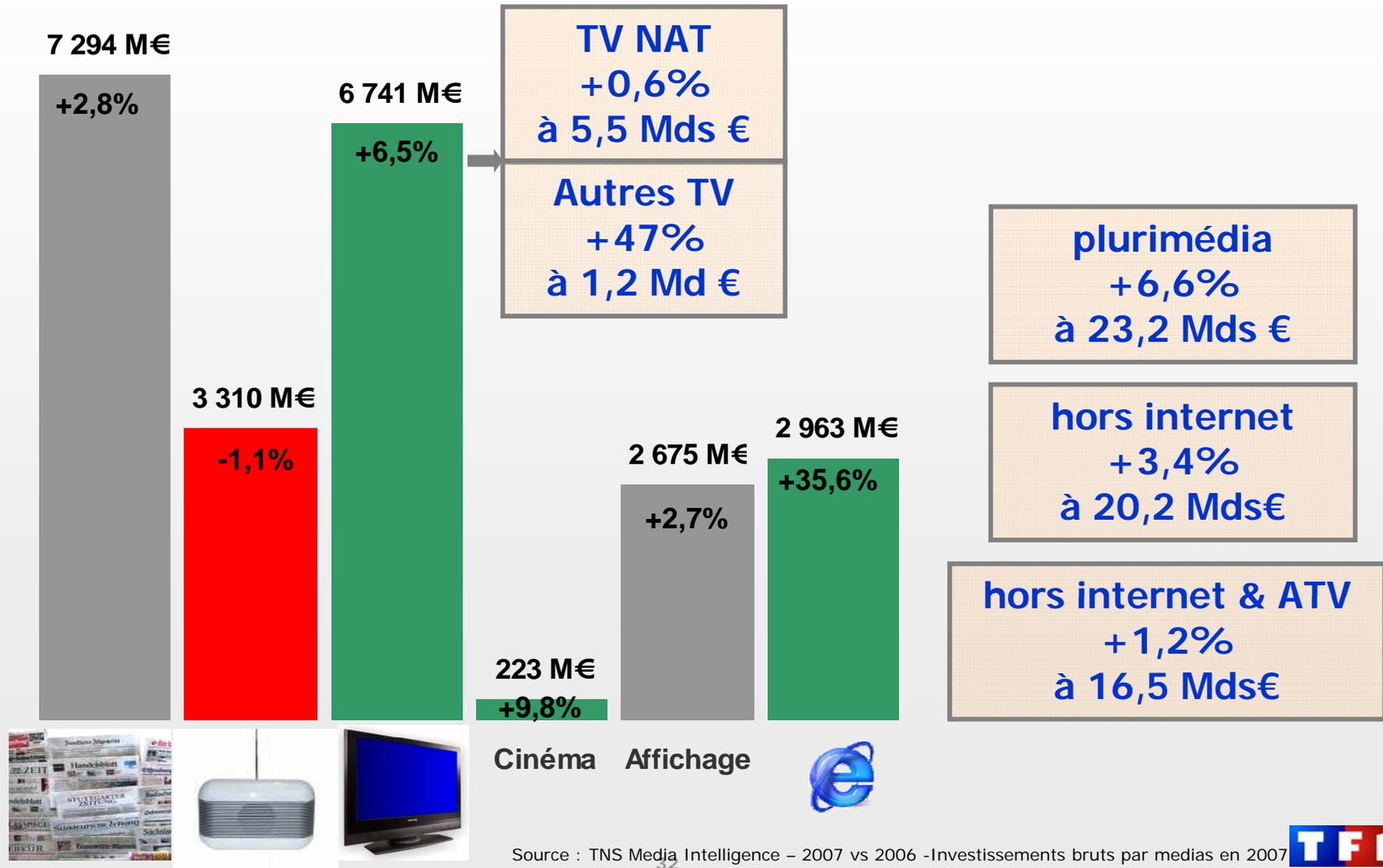
## Le rebond Antenne / web : déjà une réalité



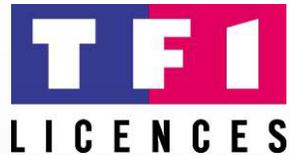
- TF1 - Roadshow Paris - Chevreaux - Mars 2008 -

**Créer une fidélisation et une proximité nouvelles entre le média et ses publics**  
**Développer les échanges avec les « téléspect'acteurs »**

# Internet et les Autres TV soutiennent la croissance des investissements plurimédia bruts



Chiffre d'affaires\* TF1 Entreprises : 40,5 M€ (+ 5,7%)



- ▶ Développer des revenus à partir des programmes créés et/ou diffusés par les chaînes du groupe,
- ▶ Commercialiser des marques à fort potentiel dotées d'une notoriété et d'un positionnement multi cibles,
- ▶ Éditer les musiques de l'Antenne

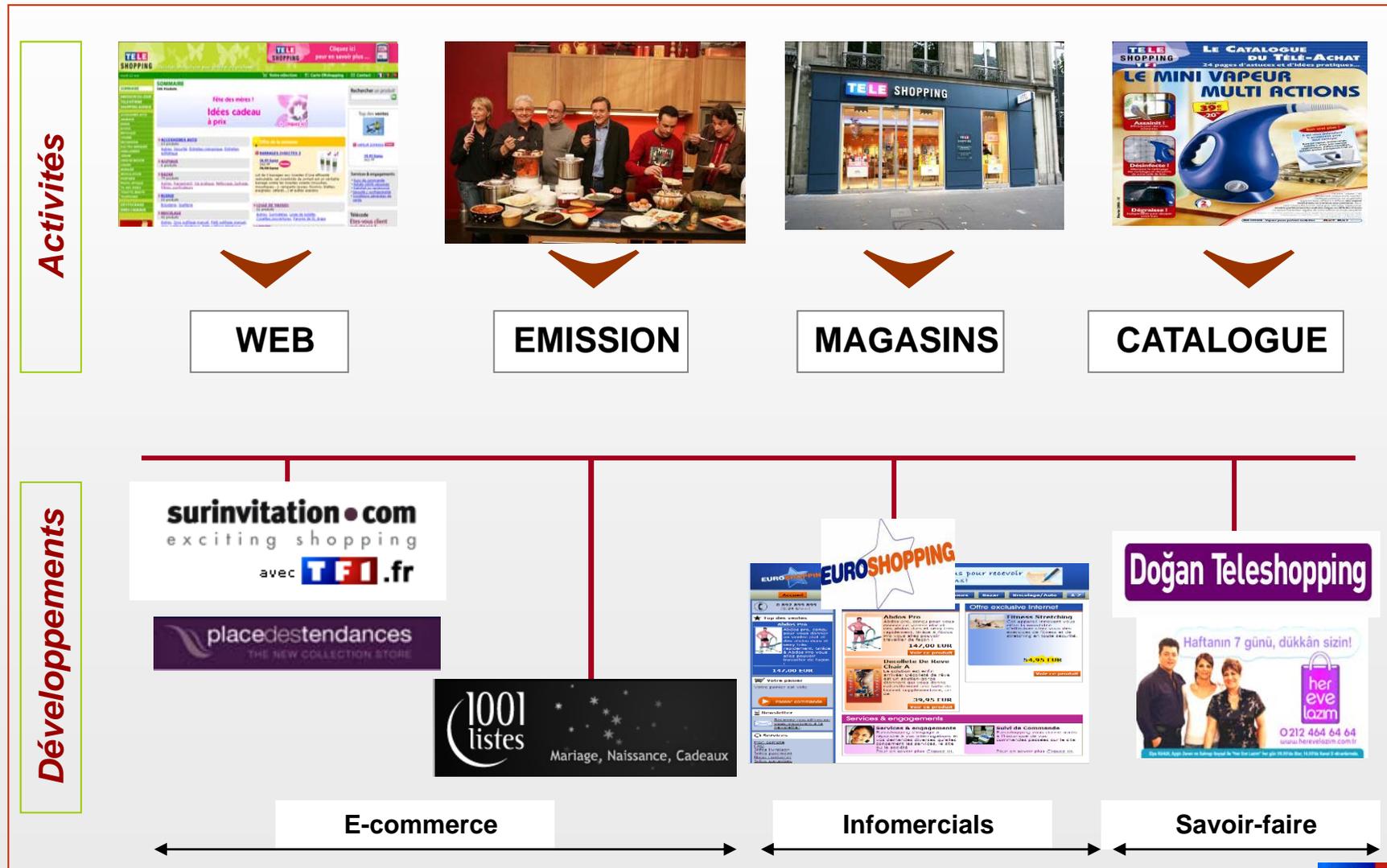


Acquisition de Dujardin  
> 200 jeux au catalogue



# TELE SHOPPING La réussite du développement multi-canal

Chiffre d'affaires\* : 153,1 M€ (+ 38,7%)



- TF1 - Roadshow Paris - Chevreaux - Mars 2008 -

\* Données consolidées Groupe



# surperforme un marché en baisse

**Chiffre d'affaires\* TF1 Vidéo en 2007 : 166,7 M€(+ 5,6%)**

**23 millions de vidéogrammes vendus en 2007**

**Marché de la Vidéo\*\* : - 10,7% en valeur**

**Forte progression du « Film » en 2007 : +20% (vs. 2006)**

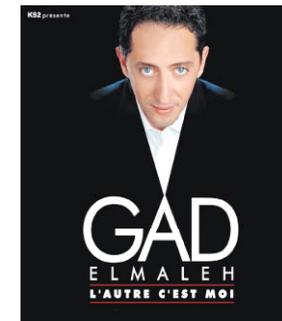


**Plateforme VOD la plus innovante et la plus distribuée du marché**

**Taux de croissance du chiffre d'affaires 2007 à 3 chiffres**

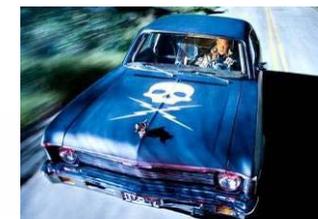


**400 000 clients / 4 000 programmes**



- TF1 - Roadshow Paris - Cheuvreux - Mars 2008 -

\* Données consolidées Groupe  
\*\* Fin décembre 2007 – Source GFK



**Chiffre d'affaires\* TF1 International en 2007 : 87,7 M€(+ 33,4 %)**



## Composition du chiffre d'affaires 2007

Films « Frais »  
59%

Vente catalogues  
de long-métrages  
27%

Vente de  
programmes TV  
14%

- TF1 - Roadshow Paris - Chevreux - Mars 2008 -

\* Données consolidées Groupe

# Eurosport : une expansion internationale régulière

La chaîne de référence, la plus connue et la mieux distribuée en Europe



**Chiffre d'affaires 2007\* Eurosport International : 272,5 M€ (+5,2%)**

**Chiffre d'affaires\* 2007 Groupe Eurosport : 339,3 M€ (+5,8%)**

**Résultat opérationnel 2007 Eurosport International : 32,3 M€ (+8,4%)**

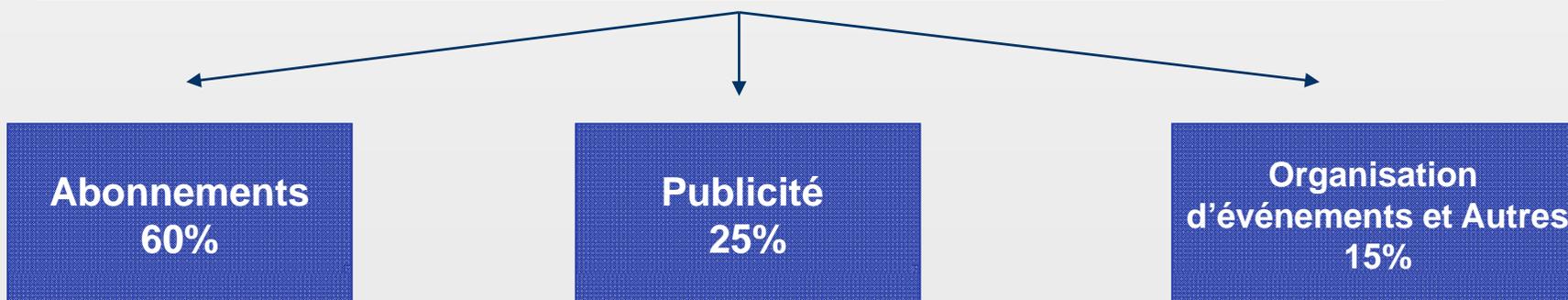
**ROP\* 2007 Groupe Eurosport : 34,8 M€ (+16,6%)**

112 millions de foyers

68 millions d'abonnés

59 pays / 20 langues

## Composition du chiffre d'affaires Eurosport International 2007



# France : le pays le plus réglementé en Europe

## TF1 : environnement juridique

### PUBLICITE

- **Durée :** Moyenne journée : 6 ' / heure  
max: 12 ' / heure
- **Secteur non autorisé en TV :** cinéma
- **Heure glissante et heure d'horloge**
- **Interruption des programmes :** 1 coupure pub max / film-fiction
- **Publicité TV sur les chaînes publiques (France Télévisions)**

### PROGRAMMES

- **Investissement dans des programmes FR et EU**  
(16% du CA pub en fictions, 3,2% en films...)
- **Diffusion :** max. 192 films /an  
min. 1 000 heures de prog. enfants  
min. 800 heures de prog. d'info

### ACTIONNARIAT

- **loi sur l'actionnariat : 49%**

**Déréglementation possible : Europe & France**

# Agenda financier 2008

- 17 avril **Assemblée Générale des Actionnaires**
- 30 avril **Paiement du dividende**
- 14 mai **T1 2008 Chiffre d'affaires et Résultats**
- 31 juillet **S1 2008 Chiffre d'affaires et Résultats**
- 1<sup>er</sup> août **Réunion des Analystes**
- 13 novembre **T3 2008 Chiffre d'affaires et Résultats**

## Contacts



**Philippe DENERY**  
*Chief Financial Officer*  
☎: 33-1 41 41 44 11  
✉: 33-1 41 41 29 10  
📧: pdenery@tf1.fr



**Anne BLAZY**  
*Head of Investor Relations*  
☎: 33-1 41 41 42 57  
✉: 33-1 41 41 29 10  
📧: ablazy@tf1.fr



**Frédéric LE JACQ**  
*Manager*  
☎: 33-1 41 41 33 59  
✉: 33-1 41 41 29 10  
📧: flejacq@tf1.fr



**Pia DOMMERGUE**  
*Assistant*  
☎: 33-1 41 41 27 32  
✉: 33-1 41 41 29 10  
📧: pdommergue@tf1.fr



**Valérie FRESCHEL**  
*Manager*  
☎: 33-1 41 41 25 68  
✉: 33-1 41 41 29 10  
📧: vfreschel@tf1.fr

### IR department

☎: 33-1 41 41 27 32  
✉: 33-1 41 41 29 10  
📧: comfi@tf1.fr



1 quai du Point du Jour  
92656 Boulogne Cedex – France  
<http://www.tf1finance.fr>



# Roadshow Paris

Mars 2008



 **CHEUVREUX**