



ASSEMBLEE GENERALE MIXTE DU 14 AVRIL 2023

REPONSES AUX QUESTIONS ECRITES DES ACTIONNAIRES

Questions écrites de Francis Lescarret (10 actions)

La non-fusion du groupe avec la concurrente M6 est une déception pour de nombreux acteurs. Il a en particulier accéléré la fermeture de la plateforme Salto. Face à la concurrence de compagnies aussi diversifiées que Disney ou Amazon, quelles sont les ambitions de développement du groupe au niveau Européen ou mondial ; et est-il toujours question d'un pôle média élargi au sein du groupe Bouygues ? Trouveriez-vous pertinent d'adjoindre une marque du type Technicolor ou Eclair (ou équivalent) pour lutter plus efficacement face à ces mastodontes ?

Notre stratégie s'articule autour de 3 axes : (i) maximiser la valeur de notre inventaire linéaire grâce à notre offre de contenus premium et une couverture toujours plus différenciante, (ii) se positionner comme la première plateforme de streaming gratuit en France, (iii) pérenniser la croissance de Newen Studios principalement par croissance organique.

Il n'y a pas de nécessité de réaliser une opération majeure transfrontalière ou en France pour mener à bien cette stratégie. Le Groupe n'a pas de projet significatif de M&A à ce stade (y compris pour Technicolor ou Eclair).

La nouvelle stratégie du groupe TF1 a été présentée à son actionnaire de référence, le groupe Bouygues, qui est en soutien, comme en témoigne l'accroissement de sa position au capital de TF1 depuis 2021 (43,7% au 31/12/2021, 44,5% au 31/12/2022 et 44,7% au 31/03/2023).

Quelles sont les ambitions du Conseil d'Administration en territoires scandinaves, que ce soit pour Newen ou les autres activités du groupe TF1 ?

En 2018, Newen a pris une participation dans Nimbus, studio de référence au Danemark en film et fiction. Fin 2021, Newen a pris une participation majoritaire dans Real Lava, société de production danoise de documentaires de prestige. En octobre 2022, Newen a acquis le studio Suedo – Norvégien Anagram, un studio leader essentiellement axé sur le cinéma et la fiction. Début 2023, Nimbus a pris une participation dans Tall & Small, société danoise de production de fiction.

Le but recherché était de trouver un savoir-faire spécifique, en l'occurrence les contenus scandinaves, pour lesquels il y a une forte demande sur le marché et de générer des synergies de distribution et co production.

Enfin, sur le segment Média, le Groupe n'a pas d'ambition spécifique en territoire scandinave.

Pouvez-vous nous donner quelques ordres de grandeur du marché européen de la publicité personnalisée (et quels sont les principaux acteurs) ?

Il est difficile d'évaluer le potentiel du marché de la publicité segmentée à l'échelle européenne ; il est plus pertinent de se concentrer sur le marché français.

A moyen terme, soit dans les 5 prochaines années, le marché français de la publicité personnalisée devrait peser plus de 5% du marché TV, soit un marché supérieur à 150 M€.

A plus long terme, le potentiel de publicités personnalisées devrait croître de manière forte ; mais en l'état, il existe des limites liées au nombre des box présentes dans le parc des opérateurs FAI permettant cette publicité personnalisée. A ce jour, ce parc que nous appelons « box adressables » s'élève à environ 6,6 M de box, soit 25% des foyers français.

Quel était le bilan carbone et de consommation d'eau d'une brochure de convocation en 2022, et quel est-il en cette année 2023 (les niveaux d'encre n'étant pas les mêmes, ...) ?

Le groupe TF1 est particulièrement sensible aux enjeux environnementaux et à la baisse de son bilan carbone annuel, ayant ainsi pris pour engagement la réduction de 30% de son impact carbone d'ici 2030 sur les scopes 1, 2 et 3a vs 2019. Un dossier SBTi a d'ailleurs été déposé en ce sens pour validation d'ici cet été.

Néanmoins, nous sensibilisons chaque année nos actionnaires à opter pour une e-convocation afin de limiter les impressions et les envois postaux ; pour information, 77% des actionnaires n'ont pas souhaité opter pour l'e-convocation et nous avons malheureusement l'obligation de leur envoyer une documentation papier, ce que nous regrettons et nous espérons que le recours à la e-convocation augmentera au cours des prochaines années.

L'impact carbone d'une brochure papier représente environ 300 grammes de CO².

Enfin, nous avons mis un terme à l'envoi automatique de la documentation relative à l'assemblée générale, disponible sur le site internet de TF1.

Questions écrites de Benjamin Lasserre (20 actions)

Pourquoi avez-vous changé le jour de programmation de "Koh-Lanta" du vendredi au mardi soir ? Q. Pourquoi persistez-vous avec le mardi alors que les audiences ne cessent de baisser ce jour-là ? (Bien qu'il existe certainement d'autres facteurs à prendre en compte pour expliquer cette baisse, comme l'usure du programme).

Le Groupe a l'ambition de proposer davantage de grands divertissements à l'antenne, face notamment à la baisse d'attractivité des séries américaines, et pour cela, nous devons nécessairement explorer des cases de Prime-Time différentes. Le choix du mardi correspond à une case de programmation très familiale, la plupart des enfants n'ayant pas école le mercredi. Dans ce cadre Koh Lanta a été diffusé le mardi soir depuis 2021 avec succès. Dans cette même logique, d'autres divertissements ont également pu être diffusés le mardi soir, comme par exemple Mask Singer ou La Grande Incruste.

Il est très bénéfique pour TF1 de proposer une soirée de divertissement supplémentaire ; et contrairement à vos affirmations, nous sommes très satisfaits des performances de la saison en cours de Koh Lanta « le feu sacré », qui rassemble près de 4,5 millions de français chaque semaine (en consommation linéaire et délinéaire) soit plus de 40% de part d'audience sur les Français de -50 ans.

Envisagez-vous de remplacer "Demain nous appartient" par des divertissements de type jeux ?

Les deux feuilletons quotidiens proposés par TF1 en Access Prime-Time (Ici tout commence et Demain nous appartient) ont su trouver leur public, et les téléspectateurs sont nombreux à les suivre tous les soirs. Ils sont également de grands atouts pour la consommation digitale de MyTF1, puisque très consommés en streaming. De ce fait, nous avons bien la volonté de les maintenir sur nos antennes.

Pourquoi n'y a-t-il pas plus de programmes en direct ? Je comprends que cela augmente les coûts de production, mais ce surcoût ne peut-il pas être atténué par une augmentation des audiences générée par le direct ?

TF1 propose déjà une offre extensive d'information en direct ou léger différé tous les jours (les 2 JT quotidiens, sur TMC l'émission Quotidien, la quasi-totalité de l'antenne de LCI).

De nombreuses autres émissions sont diffusées en direct, avec des dispositifs de grande ampleur, dès que cela nous paraît approprié et que cela peut servir le programme : les Primes de la Star Academy par exemple, ou encore les phases finales de The Voice ou bien des soirées événementielles comme la cérémonie des Miss France. Certains de nos programmes phares de divertissement ne sont pas adaptés à la prise d'antenne en direct et nécessitent intrinsèquement une phase de montage (Koh Lanta par exemple, mais aussi Mask Singer ou les auditions à l'aveugle de The Voice).

Et bien sûr, les compétitions sportives sont également diffusées en direct (Coupe du Monde de Football, matchs de l'Equipe de France de Football, Coupe du monde de Rugby, Championnats européens et mondiaux de Handball, etc).

Une saison 2 de la mini-série "Prométhée" est-elle prévue ou en négociation ? Si oui, ce serait un honneur pour moi de participer à la saison 2 en tant que figurant, comme ce fut le cas pour la saison 1.

Prométhée est une mini-série en 6 épisodes qui n'a pas vocation à avoir une deuxième saison.

Questions écrites de Florent Daudin (1 action)

Je suis à la recherche des 40 émissions d'Intervilles avec Jean-Pierre FOUCAULT, mais il est impossible de les avoir, ni à TF1, ni à l'INA.

Nous n'effectuons pas de recopies d'émissions anciennes. Nous n'avons pas vocation à stocker des émissions anciennes dont, pour certaines, nous ne sommes pas producteurs. D'ailleurs, ce stockage soulève des questions d'impact carbone qui pourrait s'avérer particulièrement élevé.

S'agissant de l'INA, cette dernière n'effectue pas non plus de copies.