



RAPPORT ANNUEL

Document de référence



COB

*Le présent document de référence a été enregistré
auprès de la Commission des Opérations de Bourse
le 5 mai 1995 sous le n° R 95-031*

Assemblée Générale Ordinaire du 12 juin 1995

SOMMAIRE

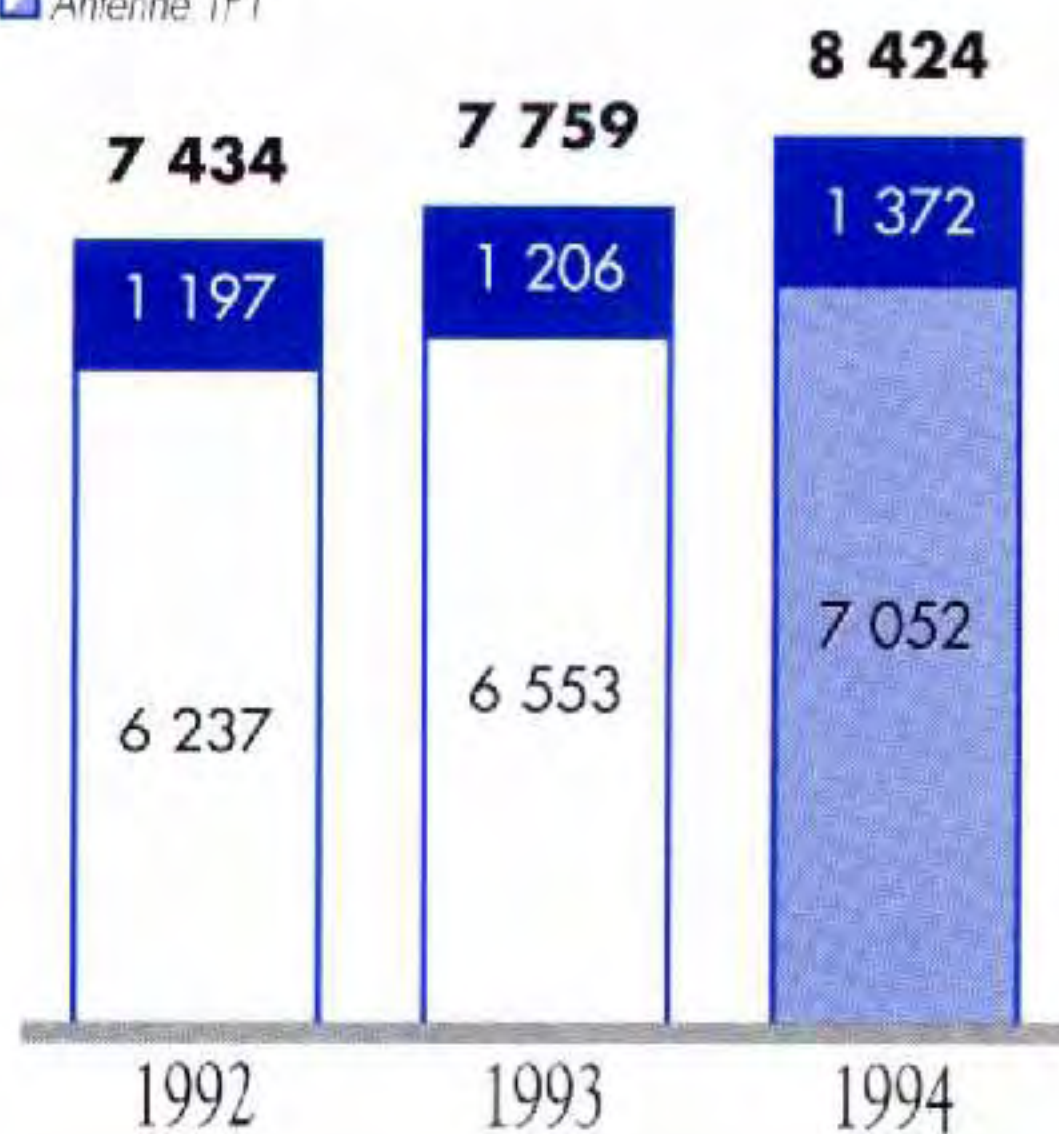
| | | |
|---|-----------|---|
| Le Groupe TF1 en chiffres | 2 | |
| Présentation analytique du compte de résultat consolidé | 4 | |
| Administration, contrôle | 5 | |
| Principaux dirigeants | 6 | |
| Organigramme du groupe TF1 | 8 | |
| Activités du groupe | 10 | |
| Rapport de gestion du Conseil d'Administration | 12 | |
| | 20 | Résultats financiers de la société au cours des cinq derniers exercices |
| Rapports des Commissaires aux Comptes | 21 | |
| Résolutions soumises à l'Assemblée Générale Ordinaire du 12 juin 1995 | 23 | |
| Comptes consolidés | 26 | Bilan |
| | 28 | Compte de résultat |
| | 29 | Tableau de financement |
| | 30 | Annexe |
| Comptes TF1 SA | 38 | Bilan |
| | 40 | Compte de résultat |
| | 41 | Tableau de financement |
| | 42 | Annexe |
| Marché et rendement du titre | 53 | |
| Renseignements concernant la société TF1 | 55 | |
| Responsables de l'information | 58 | |
| Tableau de passage | 59 | |

LE GROUPE TF1

Chiffre d'affaires

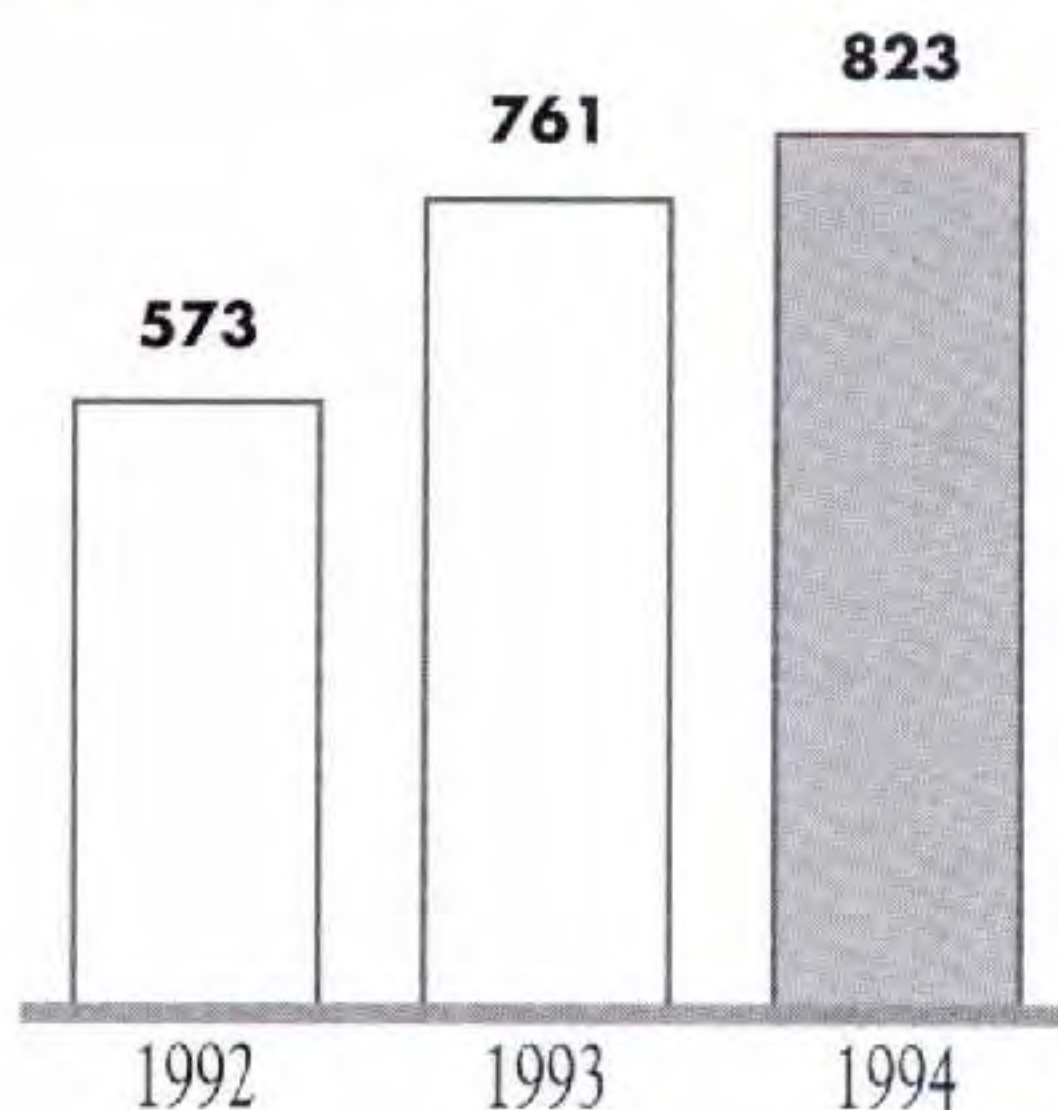
(en millions de francs)

■ Diversification
■ Antenne TF1



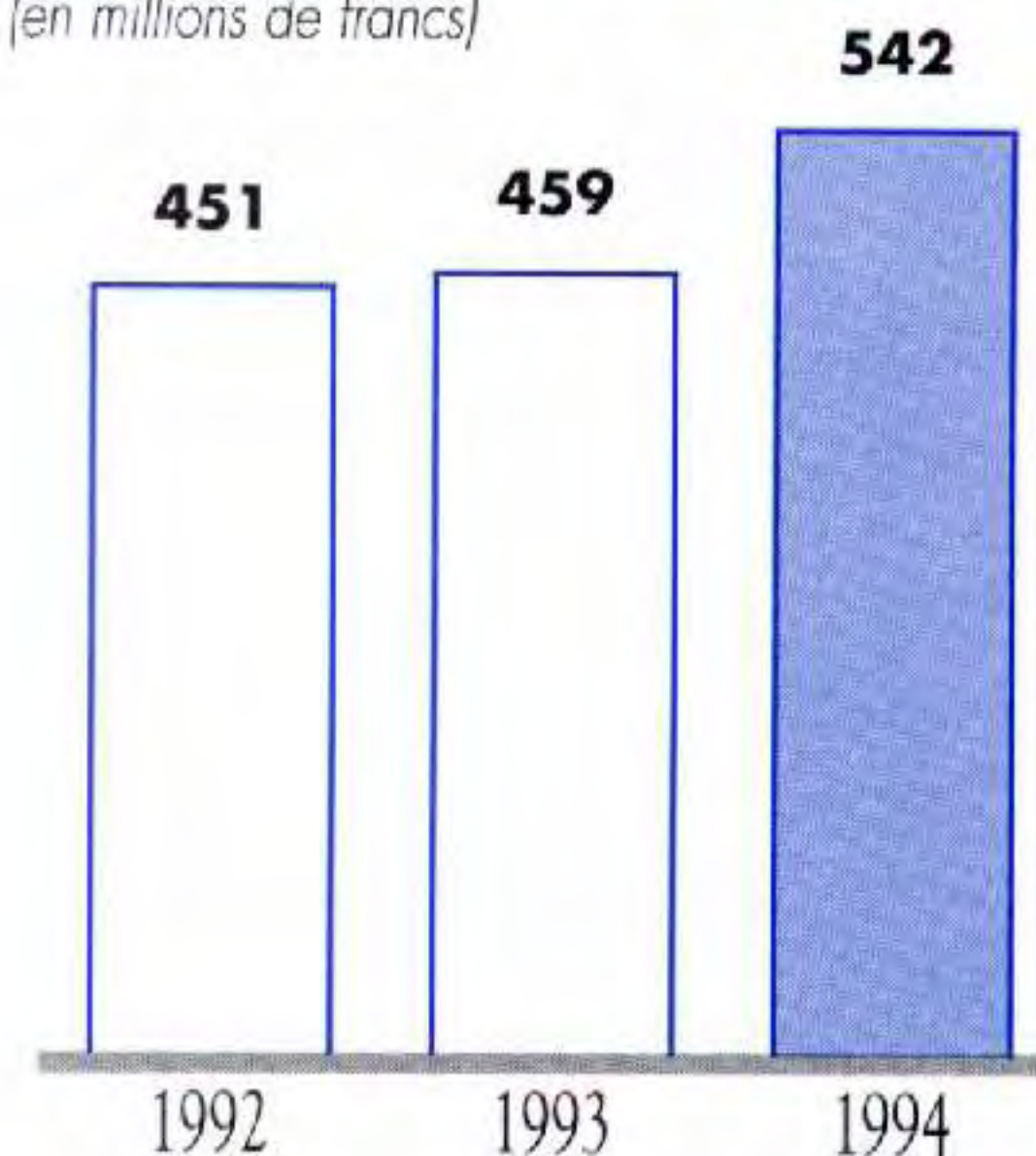
Résultat courant

(en millions de francs)



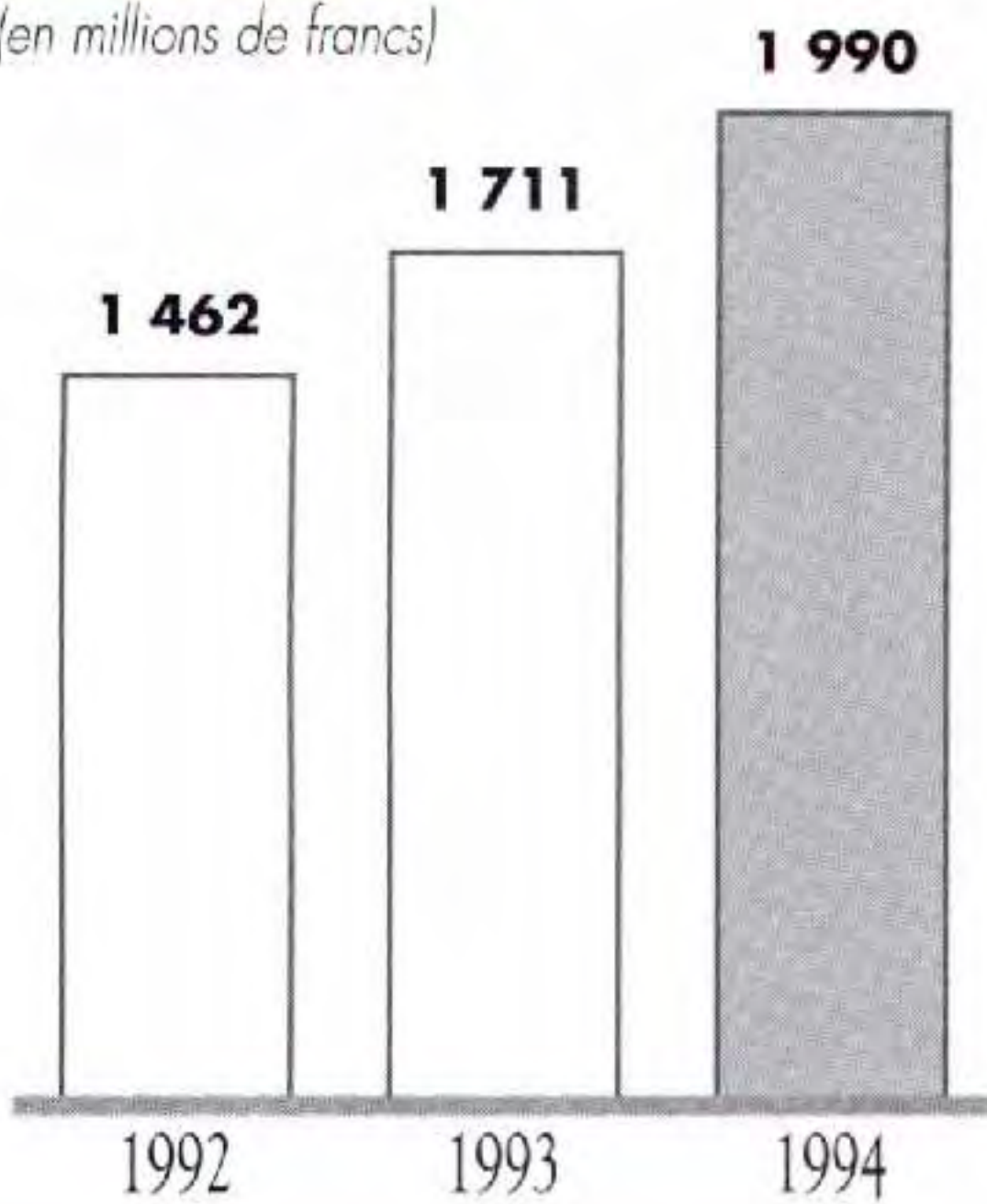
Résultat net (part du Groupe)

(en millions de francs)



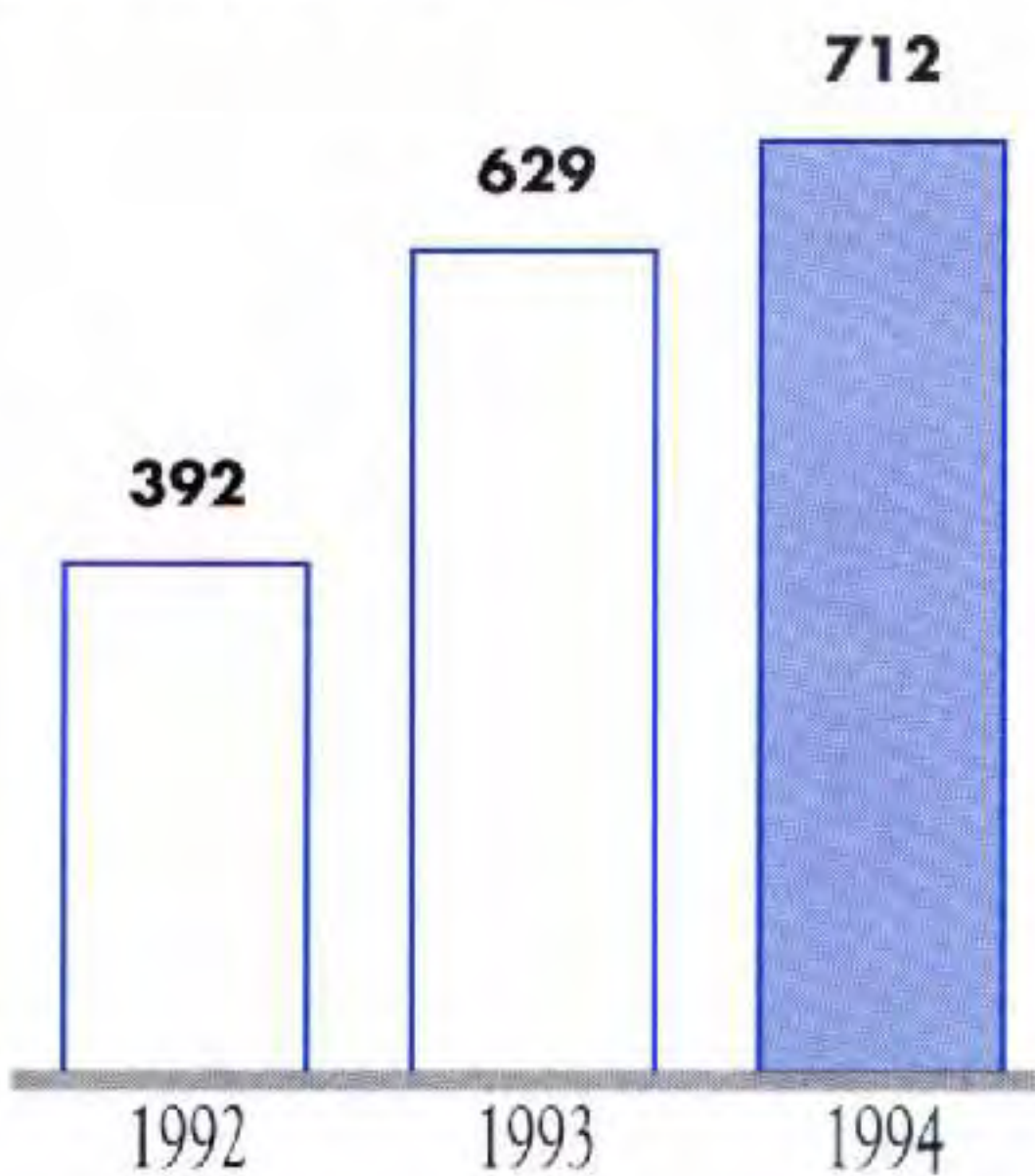
Capitaux propres

(en millions de francs)



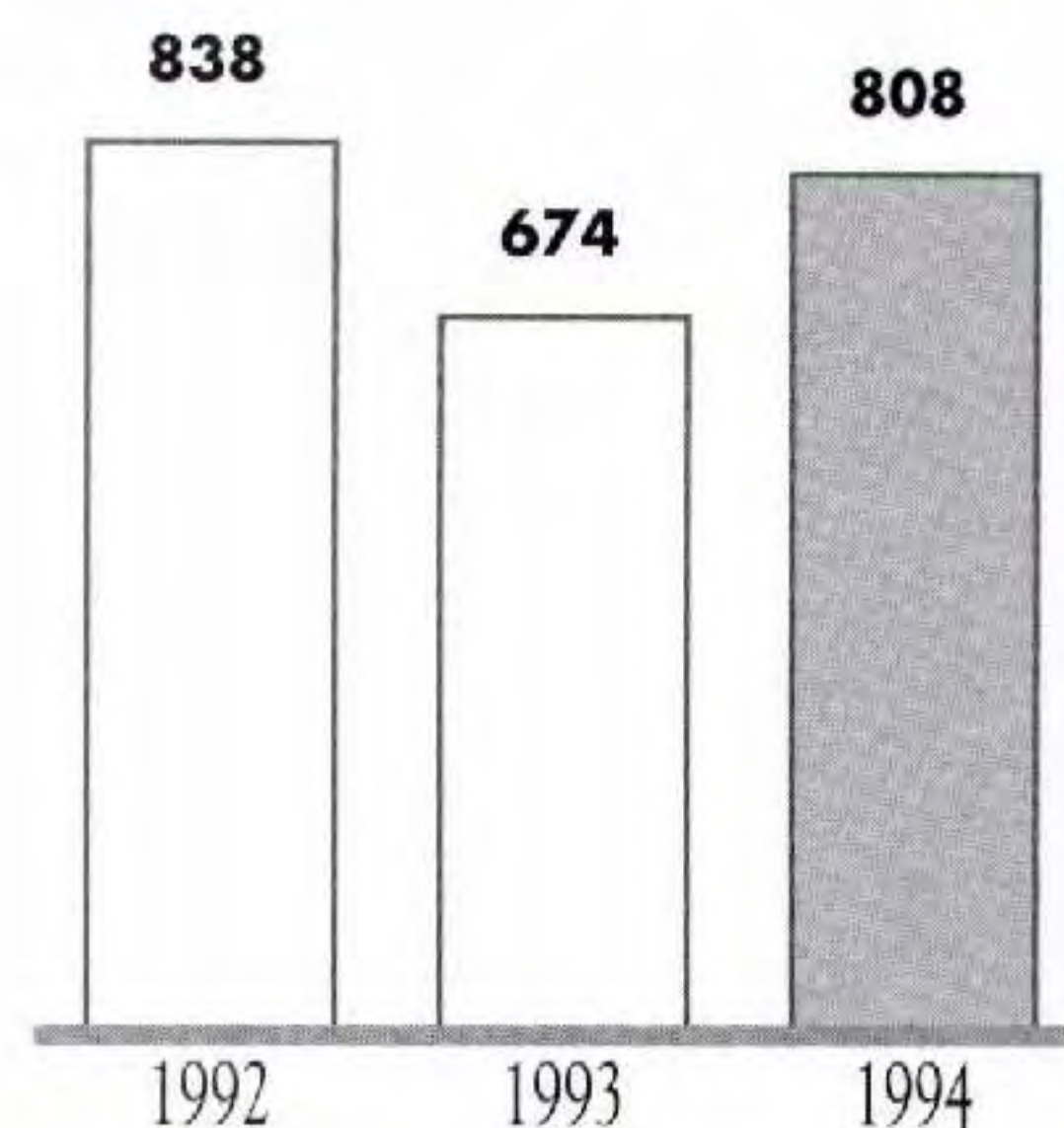
Capacité d'autofinancement

(en millions de francs)



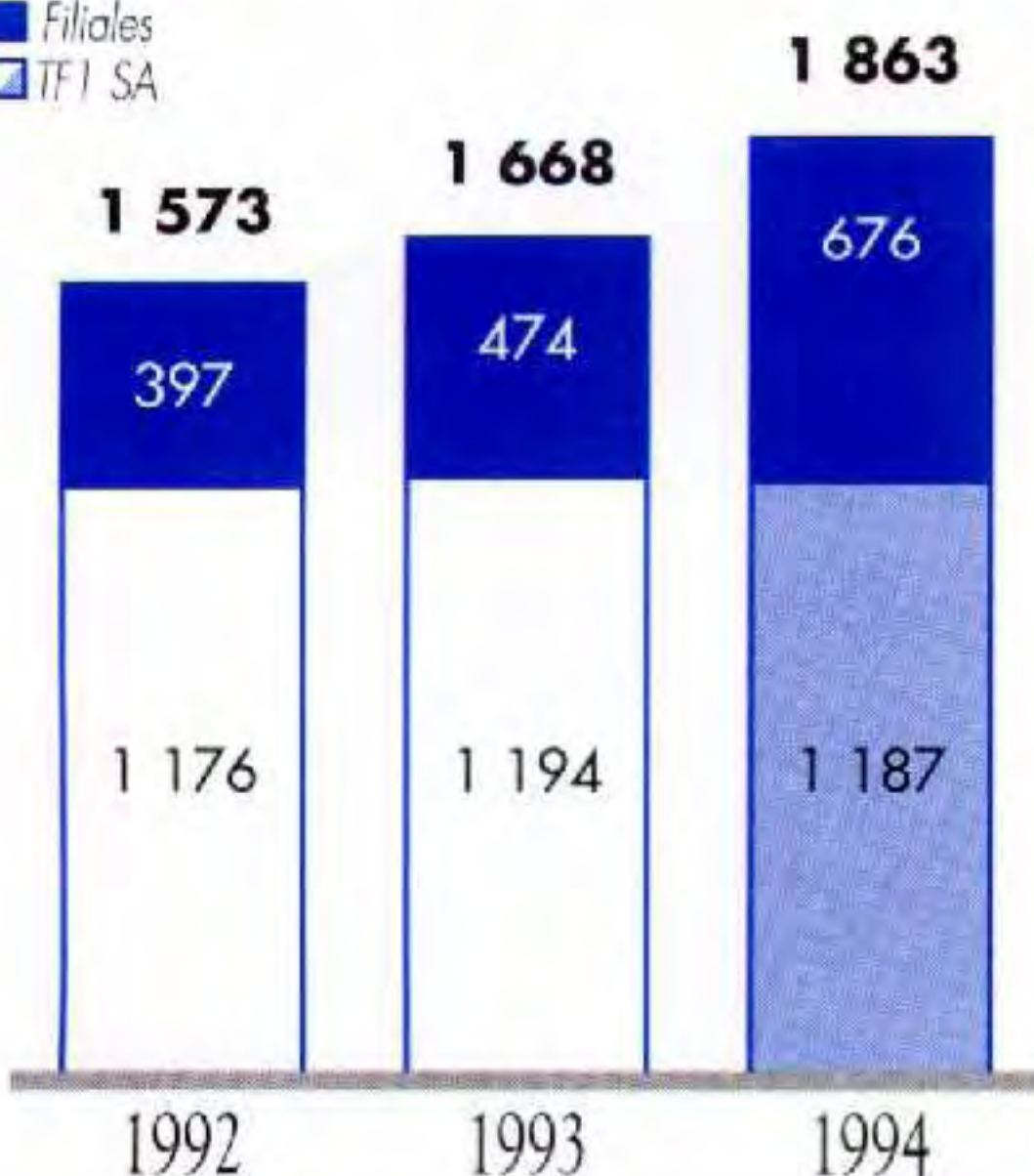
Trésorerie nette

(en millions de francs)



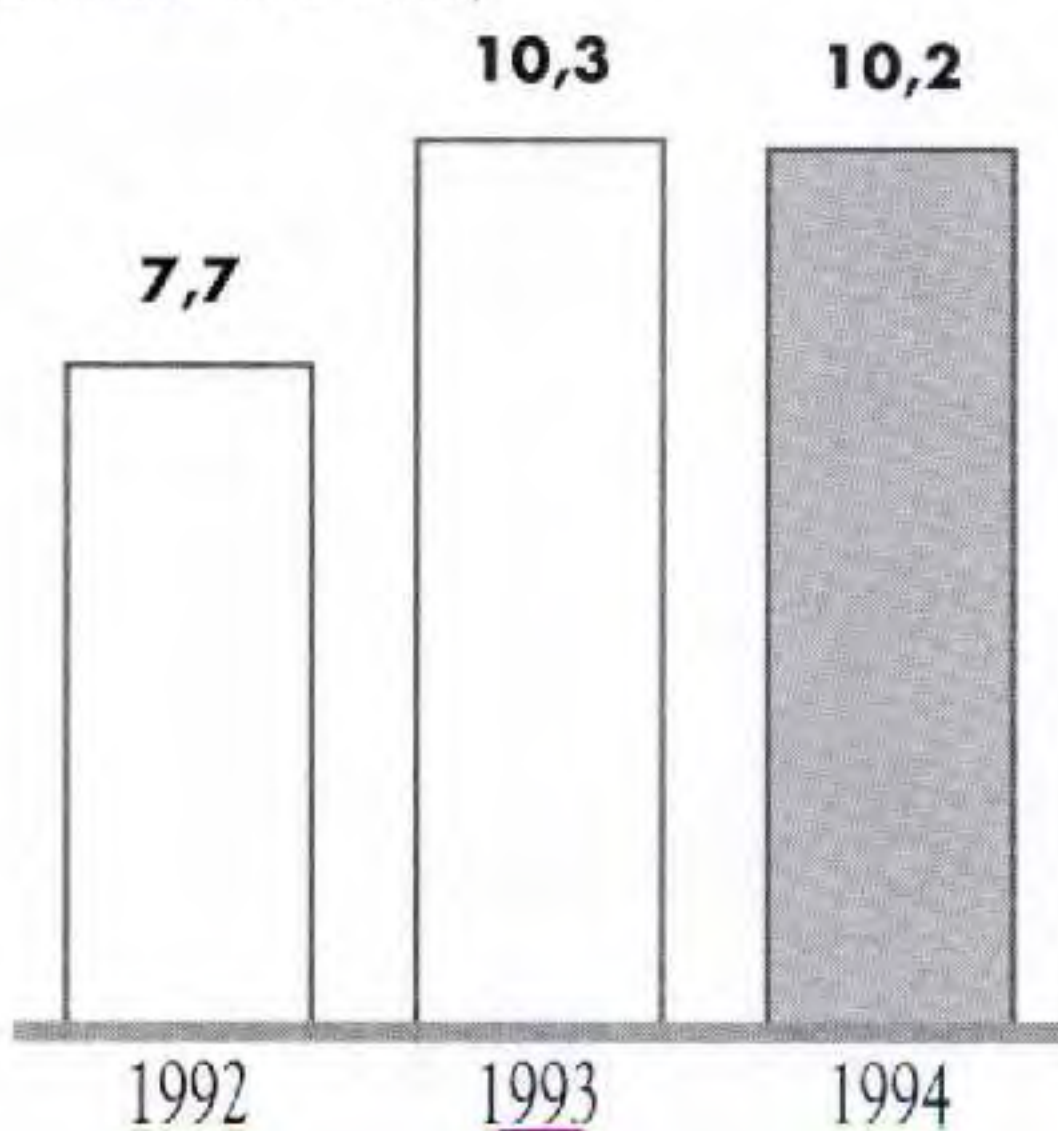
Effectifs

■ Filiales
■ TF1 SA



Capitalisation boursière (à fin Déc.)

(en milliards de francs)

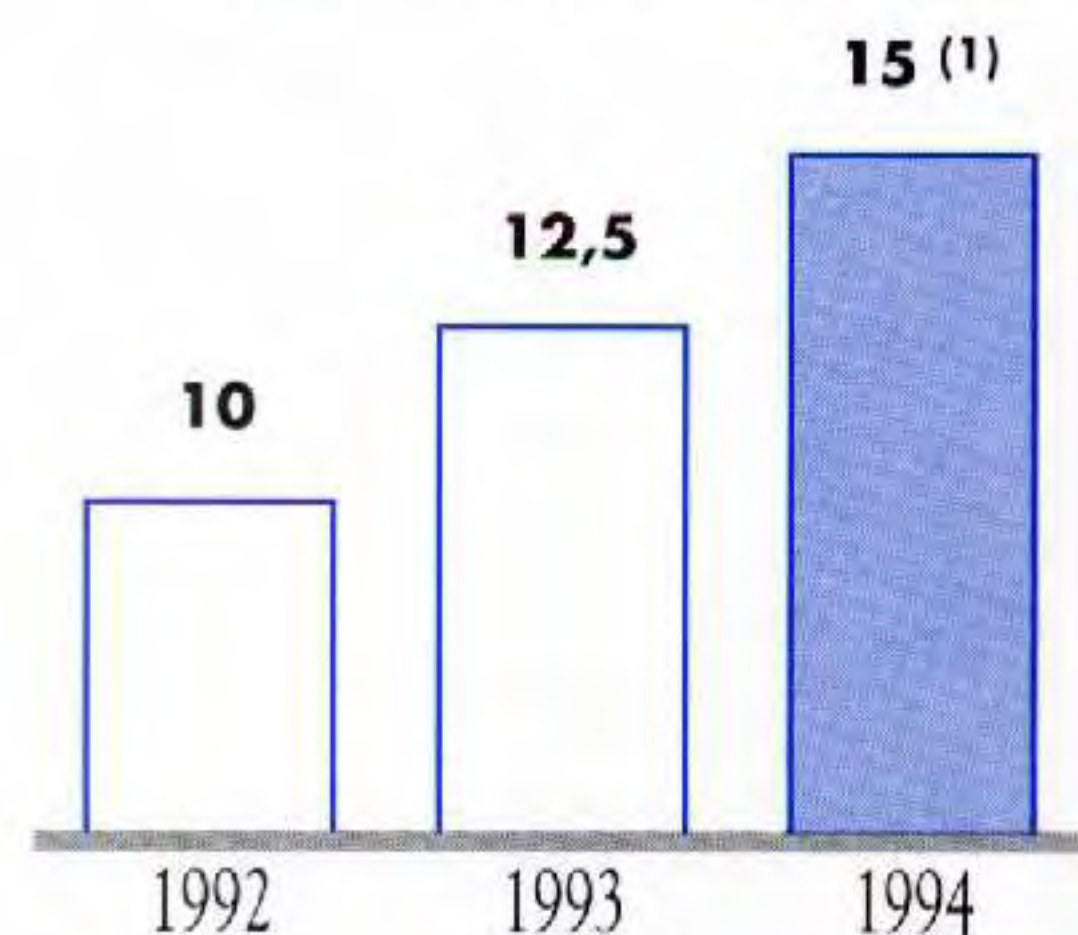


Dividende par action (hors avoir fiscal)

(en francs)

% du résultat net consolidé

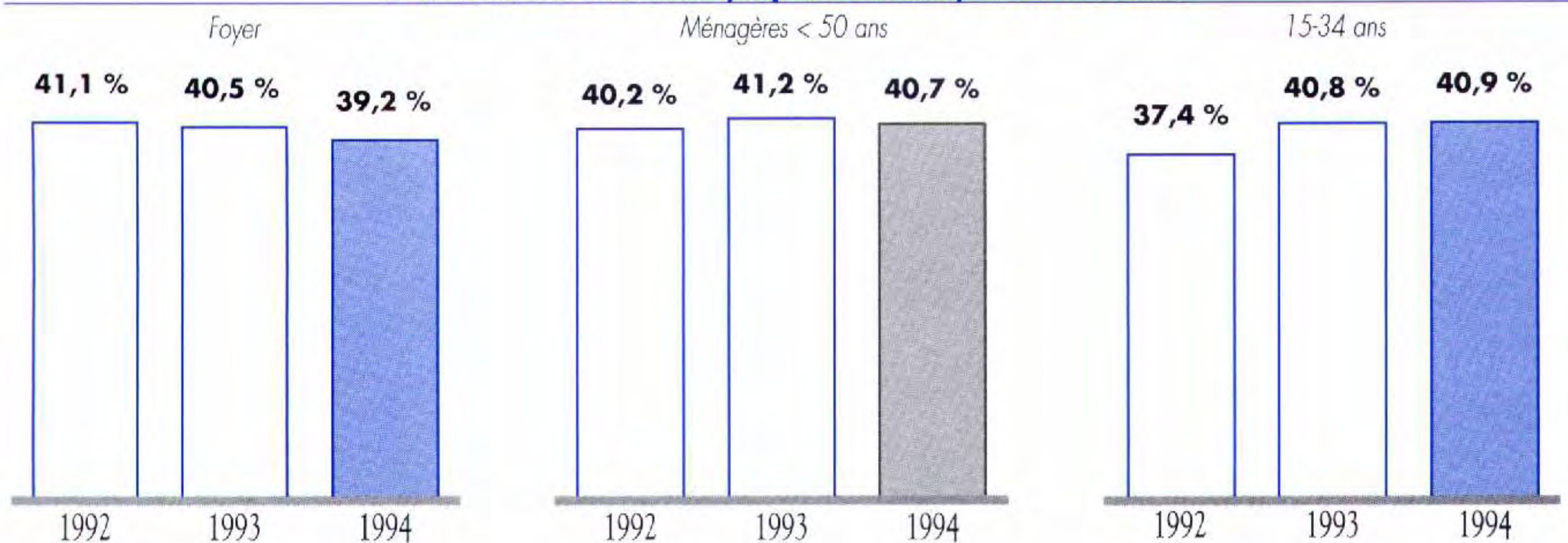
46,6 % 57,2 % 58,1 %



(1) dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale

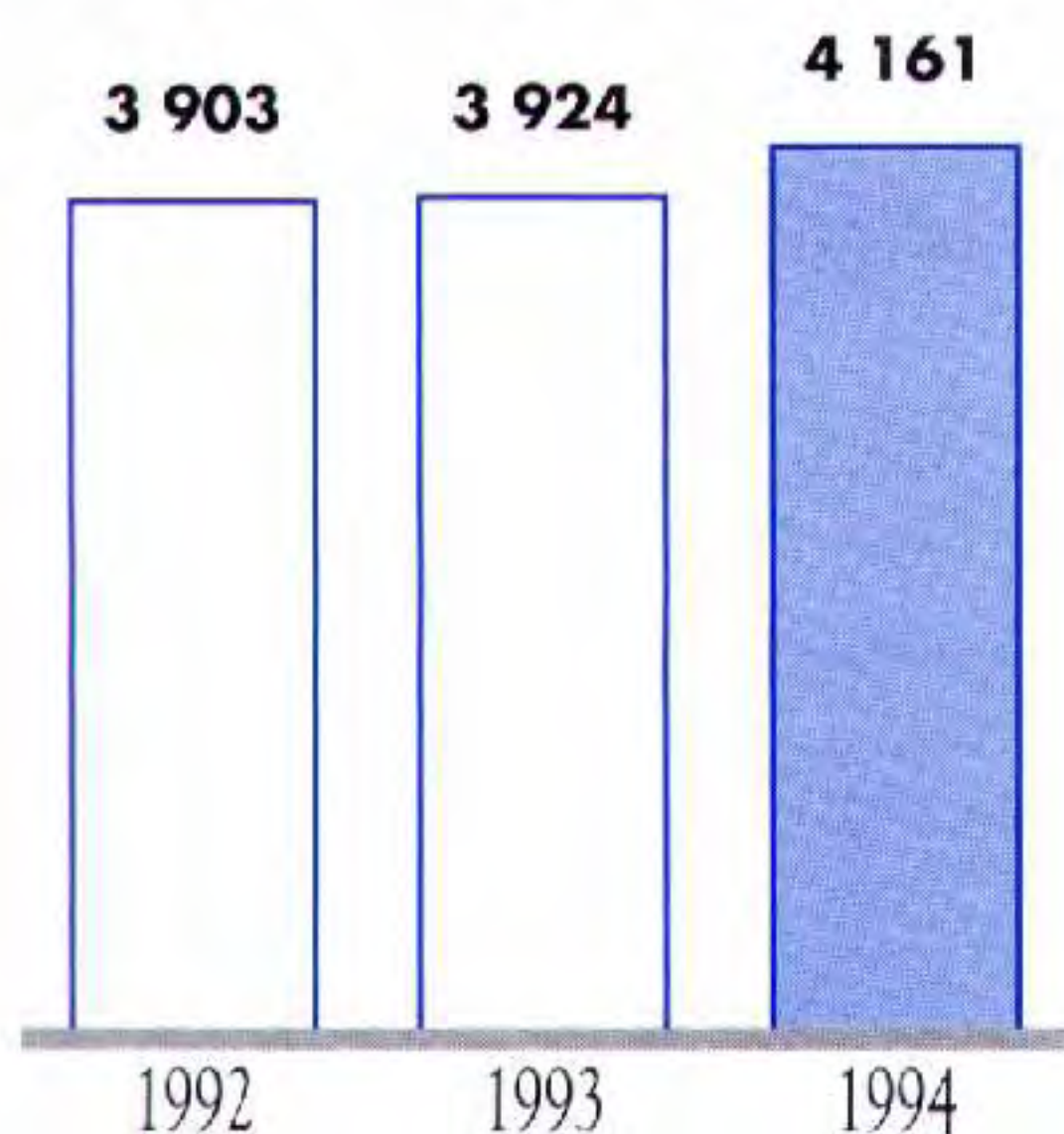
EN CHIFFRES

Part de marché d'audience (moyenne annuelle) - Source Médiamétrie



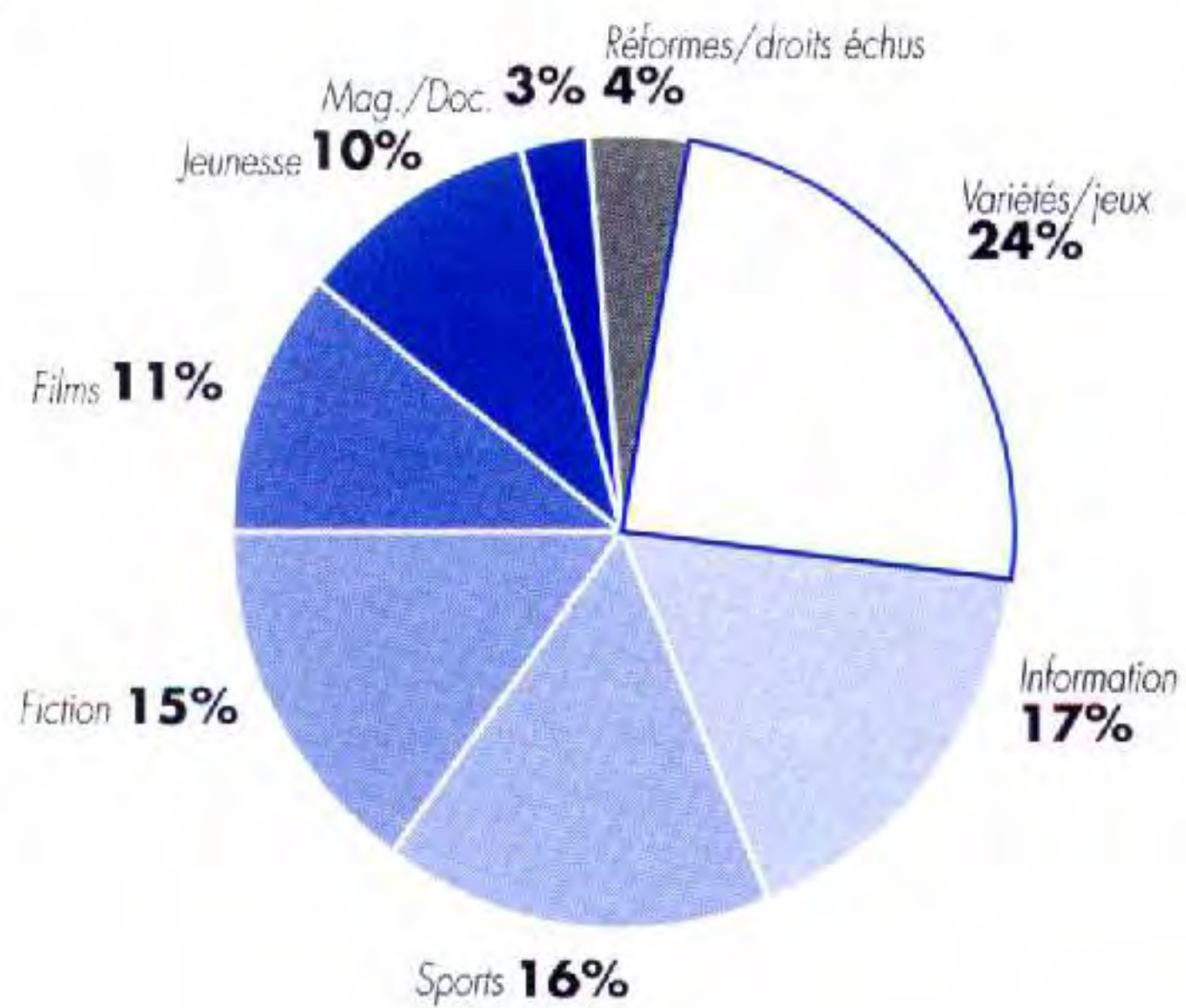
Coût de la grille

(en millions de francs)



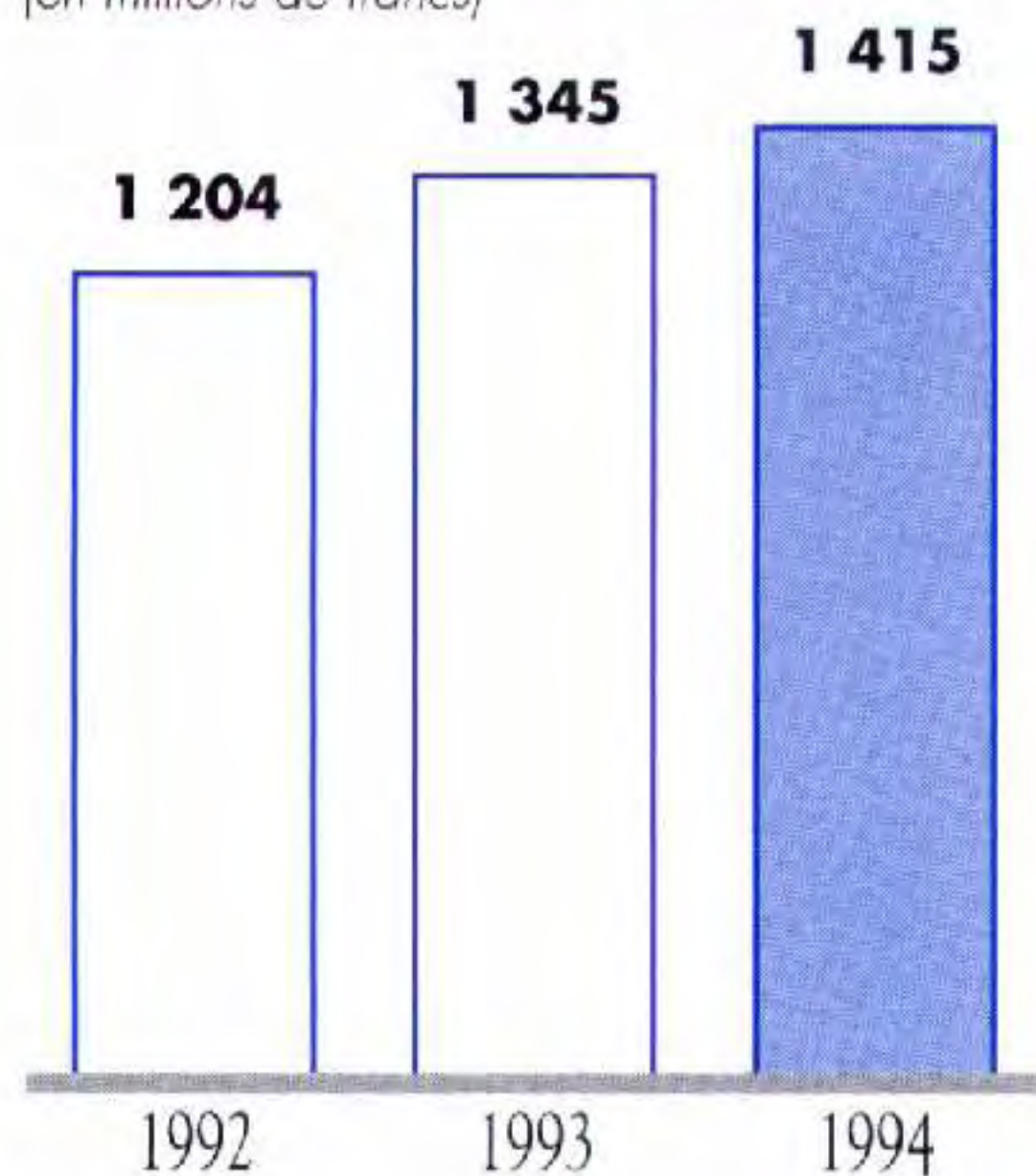
Ventilation du coût de grille 1994

(total = 4 161 MF)



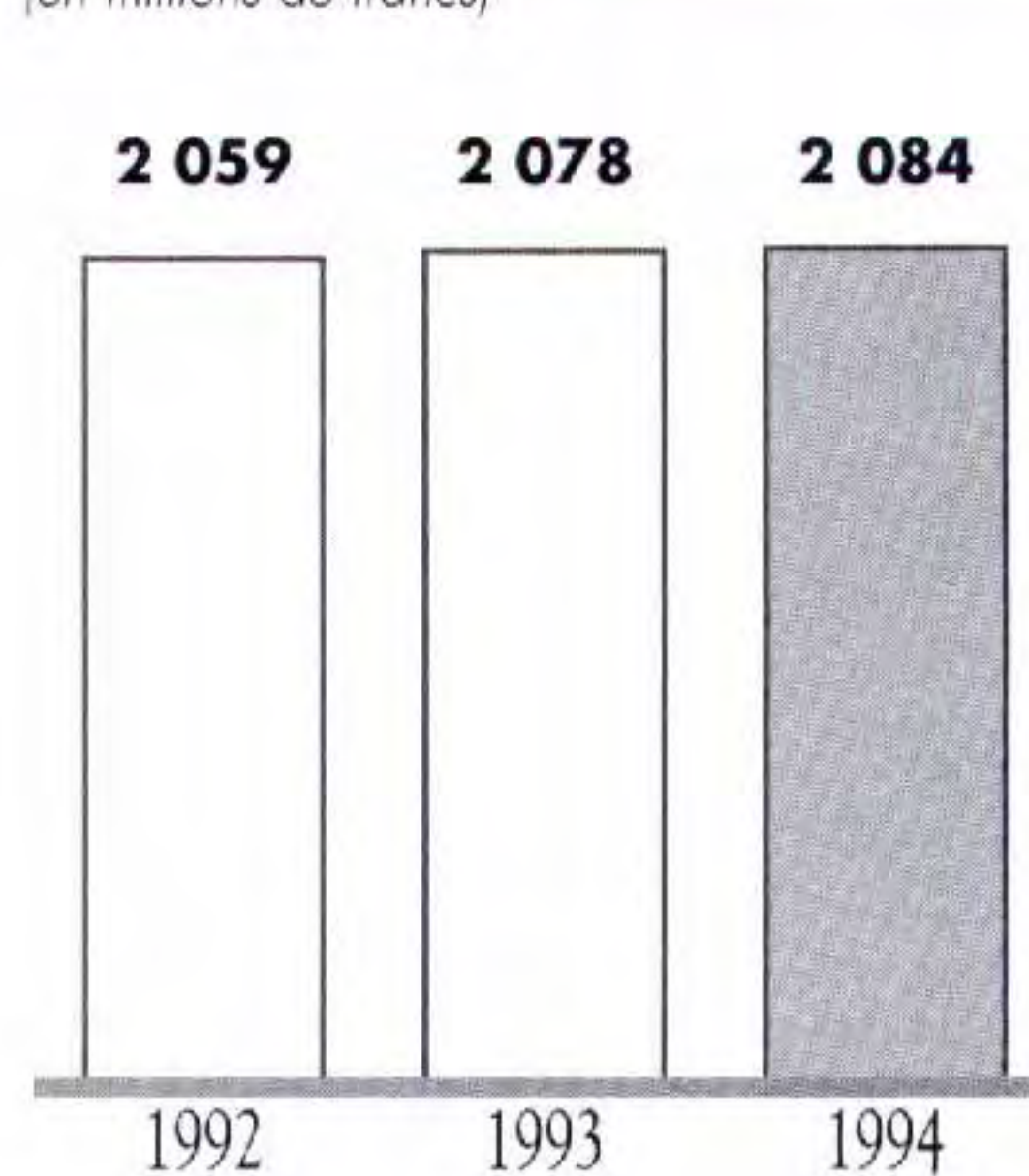
Investissements dans la production française

(en millions de francs)



Stocks de programmes et droits de diffusion

(en millions de francs)



PRÉSENTATION ANALYTIQUE DU COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ

| (en MF) | 1994 | 1993 | 1992 |
|-------------------------------------|----------------|----------------|----------------|
| RECETTES DE LA RÉGIE | | | |
| Recettes de Publicité (Antenne TF1) | 7 052 | 6 553 | 6 238 |
| Coût de la régie | (492) | (481) | (434) |
| Recettes nettes Diffuseur | 6 560 | 6 072 | 5 804 |
| PRÉLÈVEMENTS OBLIGATOIRES | | | |
| - Auteurs | (268) | (244) | (238) |
| - CNC | (326) | (300) | (287) |
| COÛT DE DIFFUSION | | | |
| - TDF, Satellites, Circuits | (434) | (416) | (385) |
| - INA, TV5 | (37) | (40) | (42) |
| COÛT DE LA GRILLE | (4 161) | (3 924) | (3 903) |
| Marge brute grille | 1 334 | 1 148 | 949 |
| Recettes diversification | 1 215 | 1 015 | 863 |
| Recettes diverses | 157 | 191 | 333 |
| Autres charges d'exploitation | (1 540) | (1 315) | (1 399) |
| Amortissements et provisions | (380) | (247) | (200) |
| Résultat d'exploitation | 786 | 792 | 546 |
| Résultat financier | 37 | (31) | 27 |
| Résultat courant | 823 | 761 | 573 |
| Résultat exceptionnel | 21 | (50) | 52 |
| Impôt et participation | (300) | (250) | (170) |
| RÉSULTAT NET | 544 | 461 | 455 |
| Part des minoritaires | (2) | (2) | (4) |
| RÉSULTAT NET PART DU GROUPE | 542 | 459 | 451 |

Les informations complémentaires fournies par la présentation analytique du compte de résultat consolidé ne se substituent pas aux informations fournies en annexe des comptes consolidés, mais permettent d'apprécier les deux composantes principales du Groupe TF1 :

- activités liées à la diffusion du programme TF1,
- activités liées à la diversification.

RECETTES NETTES DIFFUSEUR

Elles sont composées des recettes nettes facturées aux annonceurs par la régie publicitaire TF1 PUBLICITE, sous déduction de ses coûts de fonctionnement.

MARGE BRUTE GRILLE

Elle est composée de quatre éléments :

- Recettes nettes diffuseurs (voir ci-dessus)
- Prélèvements obligatoires
Ces prélèvements sont basés sur tout ou partie du chiffre d'affaires publicité :
* les redevances versées aux Sociétés des Auteurs
* la contribution au Fonds de Soutien du Cinéma (CNC).
- Coût de diffusion

Ce sont les coûts nécessaires à la mise en œuvre de la diffusion du programme de TF1 ainsi que les coûts d'archivage des programmes auprès de l'INA.

- Coût de la grille
Ce sont les coûts internes et externes des programmes diffusés. Ces coûts incorporent les charges relatives aux droits de diffusion échus ou réformés.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION

Il est établi à partir de la marge brute de la grille et prend en compte d'une part, les recettes de la diversification ainsi que les recettes d'exploitation diverses et, d'autre part, les charges d'exploitation relatives aux activités de diversification ainsi que les charges d'exploitation résiduelles non comprises dans le coût de la grille. Il correspond au résultat d'exploitation du compte de résultat consolidé.

AUTRES RÉSULTATS

Ce sont ceux du compte de résultat consolidé.

A ADMINISTRATION, CONTRÔLE

Composition du Conseil d'Administration (avril 1995)

■ Patrick LE LAY

Président-Directeur Général de TF1
Nommé le 17 avril 1987

■ Martin BOUYGUES

Président-Directeur Général de Bouygues
Nommé le 1^{er} septembre 1987

■ Corinne BOUYGUES

Directrice Générale Fonctionnel de TF1 Publicité
Nommée le 10 juin 1993

■ Nicholas CLIVE WORMS

Associé Gérant de Worms & Cie
Nommé le 18 octobre 1991

■ CRÉDIT LYONNAIS

Représenté par Sylvain Carnot, Directeur Central du Crédit Lyonnais
Nommé le 11 avril 1991

■ Michel DERBESSE

Directeur Général Construction de Bouygues
Nommé le 19 janvier 1994

■ Philippe MONTAGNER

Directeur Général Equipement
et Développement de Bouygues
Nommé le 23 janvier 1995

■ Etienne MOUGEOTTE

Vice-Président de TF1
Nommé le 12 janvier 1991

■ Olivier POUPART-LAFARGE

Directeur Général Economie et Finances de Bouygues
Nommé le 17 avril 1987

■ SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Représentée par Marc Vienot,
Président-Directeur Général de la Société Générale
Nommé le 18 octobre 1991

■ Jean-Pierre PERNAUT

Administrateur Représentant du Personnel élu le 27 mai 1994

■ Bernard AUBERT

Administrateur Représentant du Personnel élu le 27 mai 1994

Commissaires aux comptes

Titulaires

■ Cabinet SALUSTRO-REYDEL

2, avenue Hoche
75008 Paris

■ Dominique LEDOUBLE (1)

33, avenue Charles-de-Gaulle
92200 Neuilly-sur-Seine

Suppléants

■ Jean-Louis MULLENBACH

2, avenue Hoche
75008 Paris

■ Jean-Pierre CROUZET (1)

2, avenue Hoche
75008 Paris

(1) Les mandats de Dominique Ledouble et Jean-Pierre Crouzet arrivent à expiration lors de l'Assemblée Générale du 12 juin 1995.

Les mandats de plusieurs Administrateurs arrivent à expiration à l'issue de l'Assemblée Générale du 12 juin 1995, appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 1994, qui devra se prononcer sur le renouvellement de leurs mandats, à l'exception de :

- Nicholas Clive Worms dont le mandat a été renouvelé, pour deux années, lors de l'Assemblée Générale du 14 juin 1994.

- Bernard Aubert et Jean-Pierre Pernaut qui ont été élus, le 27 mai 1994, pour deux années, Administrateurs Représentants du Personnel, conformément aux dispositions de l'article 10 des statuts de la société.



P RINCIPAUX DIRIGEANTS

TF1

Direction Générale

■ Patrick LE LAY
Président-Directeur Général

■ Etienne MOUGEOTTE
Vice-Président

■ Corinne BOUYGUES
Directrice Générale de TF1 Publicité

Antenne

■ Pascale BREUGNOT
Directrice des Magazines et Documentaires

■ Gérard CARREYROU
Directeur de l'Information

■ Xavier COUTURE
Directeur de l'Antenne

■ Jean-Claude DASSIER
Directeur des Sports et Opérations Spéciales

■ DOROTHÉE
Directrice de la Jeunesse et des Programmes Familiaux

■ Laurent FONNET
Secrétaire Général

■ Claude de GIVRAY
Directeur de la Fiction

■ Catherine GRANDCOING
Directrice du Marketing

■ Anne MARCASSUS
Directrice Artistique

■ Robert NAMIAS
Directeur de la Rédaction

■ Pascale TOUSSAINT
Directrice de la Programmation

■ Guillaume de VERGES
Directeur du Département Production, Cinéma, Acquisitions et Coproductions Internationales

■ Francis WILLIAUME
Directeur Administratif et Financier de la Production

Régie Publicitaire

■ Corinne BOUYGUES
Directrice Générale Fonctionnel

■ Claude COHEN
Directrice Générale Commercial

■ Martine HOLLINGER
Directrice Commercial

■ Jean-Bernard ICHAC
Directeur Stratégies et Développement

■ Monique MUGLER
Directrice Commercial

Directions Fonctionnelles

■ Pierre MARFAING
Directeur des Technologies et des Moyens Internes

■ Jean-Pierre MOREL
Directeur Général Adjoint Administration-Finances

■ Jean-Pierre PAOLI
Secrétaire Général TF1

■ Nonce PAOLINI
Directeur des Relations Humaines

■ René TEZE
Directeur de la Communication



Principales filiales ou sous-filiales

TF1 Entreprises

■ Patrick LE LAY
Président-Directeur Général

■ Pierre BROSSARD
Directeur TF1 Vidéo

■ Brigitte LEGENDRE
Directrice Droits Dérivés

■ Martine TOURNIER
Directrice Télématique

Une Musique

■ Corinne BOUYGUES
Président-Directeur Général

■ Nadine LAIK-BLANCHARD
Directrice Générale

Télé-Shopping

■ Corinne BOUYGUES
Président-Directeur Général

■ Robert LENS
Directeur Général

TF1 Éditions

■ Patrick LE LAY
Président-Directeur Général

■ Laurent FONNET
Directeur Général

TF1 Films Production

■ Etienne MOUGEOTTE
Président-Directeur Général

■ Guillaume de VERGES
Directeur Général

Syalis Droits Audiovisuels

■ Patrick LE LAY
Président-Directeur Général

■ Guillaume de VERGES
Directeur Général

■ Jean-Pierre DESCHATEAUX
Directeur Distribution Internationale

Protécréa

■ Pierre WIEHN
Président-Directeur Général

Banco Production

■ Patrick LE LAY
Président-Directeur Général

■ Pascale BREUGNOT
Directrice Générale

Studios 107

■ Francis WILLIAUME
Président-Directeur Général

■ Jean ADAM
Directeur

Eurosport

SAGAS

■ Jean-Pierre MOREL
Président-Directeur Général

■ Jean-Claude DASSIER
Vice-Président

ESO

Gérant : SAGAS

■ Emmanuel FLORENT
Directeur Général

■ Jacques KREMER
Directeur Général Adjoint

SETS

■ Patrick LE LAY
Président-Directeur Général

■ Jean-Claude DASSIER
Vice-Président

■ Emmanuel FLORENT
Directeur Général

EUROSALES

Gérant : ESO

■ Jacques KREMER
Directeur Général

La Chaîne Info

Gérant : TF1

représentée par Etienne MOUGEOTTE

■ Jérôme BELLAY
Directeur de l'Antenne

ORGANIGRAMME

P Ô L E S

P R I N C I P A L E S F I L I A L E S

Télévision Française 7

| | |
|--|----------------|
| Régie & prestations publicitaires | 99,98 % |
| Production | 99,97 % |
| | 99,98 % |
| | 99,99 % |
| | 99,99 % |
| | 33,33 % |
| | 50,00 % |
| | 99,88 % |
| Plateaux | 99,99 % |
| Edition Distribution | 99,99 % |
| | 99,76 % |
| | 99,76 % |
| | 84,95 % |
| | 99,90 % |
| Chaînes thématiques | 34,00 % |
| | 99,94 % |
| | 31,00 % |
| | 99,95 % |
| | 24,50 % |
| | 99,76 % |
| Droits audiovisuels | |
| Société financière | 99,76 % |

TF1 PUBLICITÉ

— 99,98 % ▶ TF1 PUBLICITÉ PRODUCTION

TF1 FILMS PRODUCTION

BANCO PRODUCTION

PROTÉCRÉA

LUXTEL

TRICOM

— 99,99 % ▶ TRICOM & Cie

MERCURY INTERNATIONAL FILMS

MERY PRODUCTION

STUDIOS 107

TF1 ENTREPRISES

— 99,92 % ▶ Cie INTERNATIONALE DE COMMUNICATION (CIC)

UNE MUSIQUE

TF1 BOUTIQUES

TÉLÉ-SHOPPING

TF1 ÉDITIONS

SOCIÉTÉ D'ADMINISTRATION ET DE GESTION DE L'AUDIOVISUEL SPORTIF (SAGAS)

— 49,88 % ▶ SOCIÉTÉ EUROPÉENNE DE TÉLÉTRANSMISSIONS SPORTIVES (SETS) EUROSPORT

TF1 EUROPE

— 34,00 % ▶ EUROSPORT SALES ORGANISATION (ESO)

— 99,00 % ▶ EUROSALES

TV SPORT

LA CHAINE INFO

TELCARTE (MULTIVISION)

TELECHAT CABLE

SYALIS D.A. 99,96 % ▶
LÉGENDE DISTRIBUTION 37,50 % ▶
TF1 INTERNATIONAL 99,76 % ▶

SYALIS

ADRESSES DES PRINCIPALES FILIALES

1, quai du Point du Jour - 92100 Boulogne - France

TF1 PUBLICITÉ
TF1 PUBLICITÉ PRODUCTION
TF1 FILMS PRODUCTION
TF1 EDITIONS
SYALIS DROITS AUDIOVISUELS

305, avenue le Jour se Lève - 92100 Boulogne - France

TF1 ENTREPRISES
UNE MUSIQUE
TÉLÉ-SHOPPING

3, rue de l'Arrivée - 75015 Paris - France

BANCO PRODUCTION

221 bis, boulevard Jean-Jaurès - 92100 Boulogne - France

PROTÉCRÉA

30-32, rue Proud'hon - 93210 La Plaine Saint-Denis - France

STUDIOS 107

33, rue Vaugelas - 75015 Paris - France

LA CHAÎNE INFO

54, avenue de la Voie Lactée - 92100 Boulogne - France

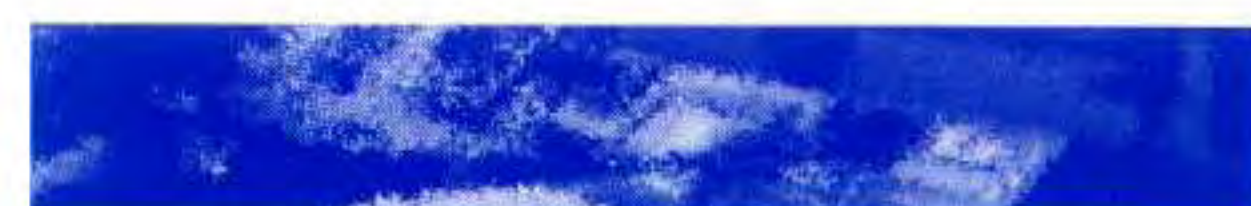
EUROSPORT : ESO, EUROSALES,
SAGAS, SETS

55, Drury Lane - London WC2 B 55 Q - Royaume-Uni

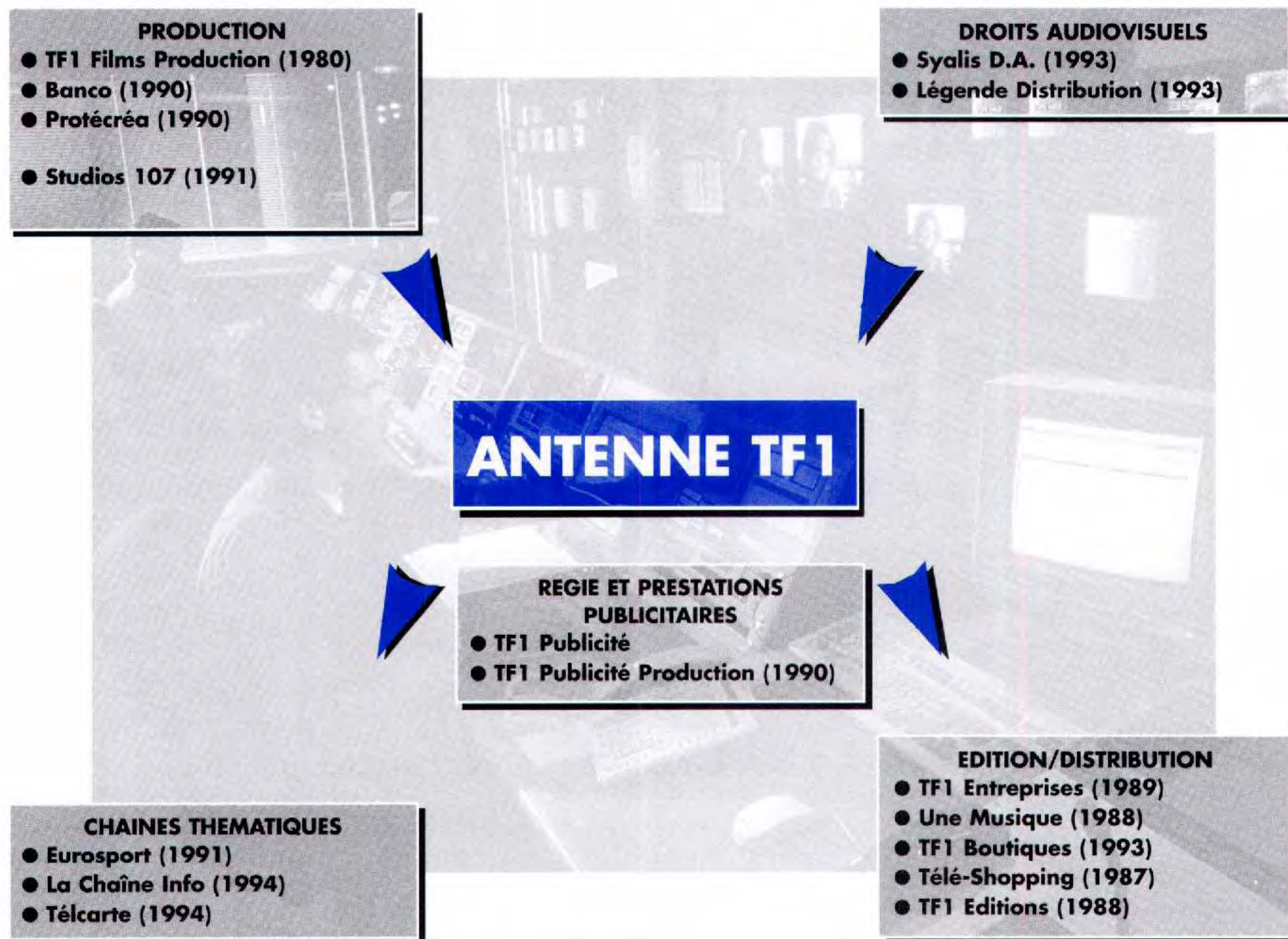
MT SPOT Ltd (EUROSALES)

Siedlerstrasse 2 - 85774 Unterföhring - Allemagne

MT SPOT GmbH (EUROSALES)



ACTIVITÉS DU GROUPE



(Date de création ou d'entrée dans le Groupe entre parenthèses)

L'ANTENNE

Privatisée en 1987, TÉLÉVISION FRANÇAISE 1 (TF1) est diffusée en clair, 24 heures sur 24, par voie hertzienne et couvre 99,9 % du territoire français. TF1 est la première chaîne en terme de parts de marché d'audience et de publicité. Elle offre un programme généraliste qui s'articule autour de six thèmes principaux : l'information, la fiction, le sport, le divertissement, la jeunesse et le cinéma.

RÉGIE ET PRESTATIONS PUBLICITAIRES

TF1 est une chaîne commerciale dont 85 % du chiffre d'affaires consolidé provient de la vente d'espaces publicitaires. Son offre de programmes fédère le plus grand nombre de téléspectateurs tout en séduisant les cibles privilégiées des annonceurs.

TF1 Publicité, dans le cadre de contrats de régie, commercialise auprès des annonceurs et des agences, des espaces publicitaires qu'elle achète auprès de TF1 et de LCI.

TF1 Publicité Production réalise et produit des bandes-annonces pour l'Antenne TF1 et celles de LCI et EUROSPORT ainsi que des films publicitaires ou de parrainage d'émissions pour le compte d'annonceurs.



DROITS AUDIOVISUELS

Les rapides progrès de la numérisation du signal de télévision et de la compression numérique vont entraîner une explosion des capacités de diffusion, donc une demande importante de programmes, créant ainsi de nouveaux marchés pour le Groupe. C'est pourquoi, s'appuyant sur l'expertise acquise dans ses activités de diffuseur, de producteur et de distributeur, TF1 a créé deux sociétés spécialisées : SYALIS Droits Audiovisuels et Légende Distribution. Ces entités achètent des droits audiovisuels et commercialisent toutes leurs formes d'exploitation (diffusion TV, distribution en salles, en vidéo...) sur les territoires qui leur ont été confiés.

Depuis 1987, TF1 s'est développée dans de nouveaux métiers complémentaires de son activité de diffuseur. Désormais, le Groupe se diversifie autour de quatre pôles : la production, l'acquisition et l'exploitation de droits audiovisuels, l'édition et la distribution, et enfin, la diffusion de programmes thématiques (sports, information...).

PRODUCTION AUDIOVISUELLE

Avec plus de 8 milliards de Francs dépensés depuis la privatisation, TF1 est le premier investisseur dans la production française parmi les chaînes en clair. Son cahier des charges lui impose de consacrer :

- 3 % de son chiffre d'affaires publicitaire net à la coproduction d'œuvres cinématographiques francophones. Ces investissements sont réalisés par *TF1 Films Production* qui acquiert ainsi des parts coproducteur lui donnant droit à des recettes sur les entrées en salle et des droits de diffusion destinés à TF1 et à ses filiales,
- 15 % de son chiffre d'affaires publicitaire net à la production d'œuvres audiovisuelles francophones, dont 5 % maximum par l'intermédiaire de ses propres filiales, *Banco Production* et *Protécréa*.

Les *Studios 107*, installés en banlieue parisienne à Saint-Denis, commercialisent leurs prestations techniques et équipements auprès de producteurs d'émissions de divertissements (variétés, jeux...) de fictions ou de téléachat. Ces installations modernes disposent de plusieurs plateaux, dont deux studios de grande taille pouvant accueillir du public.

ÉDITION DISTRIBUTION

TF1 Entreprises regroupe les trois activités suivantes : l'édition et la distribution de cassettes vidéo, la télématique (kiosques Minitel et téléphoniques) et, l'exploitation de droits dérivés de produits diffusés à l'Antenne ou dont TF1 détient les licences.

La politique éditoriale de *TF1 Vidéo* s'articule, autour d'une part de l'édition de grands films français et étrangers, et d'autre part de l'exploitation de produits hors films (sports, concerts, documentaires...). Sur ce dernier segment, TF1 Vidéo, s'appuyant sur les synergies avec l'Antenne de TF1, a développé un solide savoir-faire.

Une Musique, société spécialisée à l'origine dans l'édition musicale, s'est développée rapidement dans l'édition phonographique en partenariat avec les principales maisons de disques. Elle produit également directement des artistes français, renforçant sa notoriété et son portefeuille de droits.

Télé-Shopping a été la première société de téléachat en France grâce à la diffusion d'émissions sur l'Antenne de TF1, activité qui représente encore l'essentiel de son chiffre d'affaires. Aujourd'hui, elle poursuit son développement en exploitant son fichier "clients" par l'intermédiaire de catalogues et en fournissant des émissions de téléachat à des chaînes du câble en France.

TF1 Éditions valorise le patrimoine éditorial du Groupe en particulier au travers de la "novélisation" de fictions, de séries diffusées sur TF1. Elle publie également des titres grand public à fort tirage dont Le livre Guinness des records.

CHAÎNES THÉMATIQUES

En complément du programme généraliste de l'Antenne, TF1 a élargi son offre aux nouveaux modes de diffusion par câble et par satellite avec deux chaînes thématiques à forte valeur ajoutée.

Eurosport est née d'une initiative de l'Union Européenne de Radiodiffusion (U.E.R. = EUROVISION) dont 17 de ses membres ont constitué en 1987 un Consortium pour mieux exploiter les droits sportifs acquis pour les chaînes de télévision adhérentes de l'U.E.R.

En 1991, le Consortium EUROSPORT a confié à TF1 l'exploitation technico-commerciale de ce programme. Depuis 1993, les réseaux EUROSPORT et "The European Sport Network" (opéré par Canal+ et ESPN) se sont rapprochés pour produire et commercialiser un seul programme sportif pan-européen : EUROSPORT. Ce programme, diffusé en 8 langues, touche aujourd'hui près de 60 millions de foyers dans environ 40 pays. La régie publicitaire d'EUROSPORT est assurée par sa filiale EUROSALLES implantée dans 5 pays européens et représentée en Asie et aux USA.

En juin 1994, TF1, s'appuyant sur son expertise rédactionnelle et technique, a lancé la première chaîne d'information en continu en France : *La Chaîne Info (LCI)*. Ce programme, diffusé sur le câble et intégré à l'offre de Canal Satellite, s'est rapidement affirmé comme l'une des principales chaînes thématiques.

NOUVELLES TECHNOLOGIES

TF1 détient une solide expérience dans le domaine des nouvelles technologies avec des produits comme sa Station de Travail Automatisée de la Rédaction (STAR), son serveur audiovisuel numérique et ses CD-ROM et CDI. La chaîne poursuit ces développements avec de nouveaux projets, notamment en matière de télévision numérique.

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Mesdames,
Mesdemoiselles,
Messieurs,

Nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire conformément à la Loi et aux statuts, afin de vous rendre compte de notre gestion durant l'exercice écoulé, soumettre à votre approbation les comptes de l'exercice 1994 et vous exposer la situation de la société et ses perspectives d'évolution.

Les comptes annuels de l'exercice 1994 sont présentés, comme chaque année, à la fois au niveau du Groupe TF1 (comptes consolidés) et au niveau de TÉLÉVISION FRANÇAISE 1 (société mère).

ACTIVITÉ ET RÉSULTATS 1994

1 - LE GROUPE

En 1994, dans un environnement concurrentiel de plus en plus fort, la chaîne TF1 a su maintenir des parts de marché d'audience de plus de 40 % sur les cibles privilégiées des annonceurs et a vu ses recettes publicitaires croître de 7,6 % à plus de 7 milliards de francs alors que le coût de la grille n'a progressé que de 6 % à 4,2 milliards de francs.

Le Groupe TF1 a poursuivi le développement de sa diversification dont les faits marquants ont été les suivants :

- le lancement de La Chaîne Info (LCI) le 24 juin 1994, chaîne d'information en continu,
- l'acquisition et l'intégration de la régie publicitaire d'Eurosport et le lancement de nouvelles versions linguistiques,
- la production en interne des émissions de Téléshopping,

- le démarrage des activités d'acquisition et d'exploitation de droits audiovisuels au travers de ses filiales SYALIS DA et LÉGENDE DISTRIBUTION,
- la reprise de la gestion de TF1 ÉDITIONS,
- l'émission des programmes en NICAM (son numérique stéréo).

Le chiffre d'affaires du Groupe TF1 est de 8 424 MF en 1994, contre 7 759 MF en 1993, en progression de 8,6 %.

Les recettes publicitaires de l'Antenne TF1 s'élèvent à 7 052 MF et les autres recettes à 1 372 MF, à comparer respectivement avec 6 553 MF et 1 206 MF en 1993. Ainsi l'ensemble des activités de diversification, y compris Eurosport et La Chaîne Info (LCI), représente 16 % du chiffre d'affaires consolidé.

Le résultat d'exploitation consolidé atteint 786 MF en 1994 contre 792 MF en 1993. Cette évolution s'explique principalement par l'impact du lancement de La Chaîne Info.

Le résultat financier consolidé est positif à 37 MF en 1994, contre une perte de 31 MF en 1993 en raison d'une amélioration sensible de la trésorerie consolidée qui, pour la première fois depuis 1987, est restée positive tout au long de l'année.

Le résultat exceptionnel consolidé s'élève à 20 MF en 1994, contre une perte de 50 MF en 1993, du fait de reprises sur provisions et de la diminution de charges liées au regroupement de nos installations sur le site de Boulogne.

Le résultat net consolidé, part du Groupe, s'élève à 542 MF contre 459 MF en 1993, soit une progression de 18 %.

A L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE DU 12 JUIN 1995

La contribution des sociétés du Groupe au chiffre d'affaires et au résultat net consolidés est la suivante :

CONTRIBUTION AU CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ*

| (en MF) | 1994 | 1993 | 1992 |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|
| TF1 SA | 7 110 | 6 614 | 6 302 |
| dont publicité | 7 052 | 6 553 | 6 237 |
| EDITION / DISTRIBUTION | 866 | 832 | 703 |
| TF1 Entreprises | 400 | 380 | 314 |
| CIC | 5 | 7 | 8 |
| Télé-Shopping | 281 | 301 | 282 |
| Une Musique | 154 | 123 | 66 |
| TF1 Éditions | 21 | 20 | 33 |
| TF1 Boutiques | 5 | 1 | - |
| EUROSPORT | 220 | 169 | 260 |
| ESO | 121 | 143 | 109 |
| TV SPORT | 33 | 26 | - |
| Eurosales | 66 | - | - |
| SETS | - | - | 151 |
| LCI | 27 | - | - |
| PRODUCTION | 121 | 81 | 108 |
| TF1 Films Production | 48 | 48 | 45 |
| Banco | 41 | 18 | 27 |
| Protécra | 32 | 15 | 36 |
| STUDIOS 107 | 18 | 20 | 33 |
| DROITS AUDIOVISUELS | 12 | - | - |
| Syalis DA | 12 | - | - |
| Légende Distribution | - | - | - |
| AUTRES | 50 | 43 | 28 |
| TF1 Publicité (divers) | 5 | 13 | 23 |
| TF1 Publicité Production | 45 | 30 | 4 |
| TF1 Publicité Belgique | - | - | 1 |
| TOTAL | 8 424 | 7 759 | 7 434 |

*Le chiffre d'affaires consolidé présenté dans ce tableau intègre l'ensemble des produits d'exploitation (comptes de classe 70 à 75) et tient compte des retraitements intra-groupe.

CONTRIBUTION AU RÉSULTAT CONSOLIDÉ*

| (en MF) | 1994 | 1993 | 1992 |
|-------------------------------|--------------|-------------|-------------|
| TF1 SA | 609 | 413 | 414 |
| EDITION / DISTRIBUTION | 32 | 45 | 44 |
| TF1 Entreprises | 24 | 27 | 30 |
| CIC | 1 | 1 | 1 |
| Télé-Shopping | 10 | 10 | 8 |
| Une Musique | 7 | 6 | 3 |
| TF1 Éditions | - | 1 | 2 |
| TF1 Boutiques | (10) | - | - |
| EUROSPORT | (29) | (49) | (61) |
| ESO | (27) | (38) | (61) |
| TV SPORT | (3) | (11) | - |
| Eurosales | 1 | - | - |
| LCI | (117) | - | - |
| PRODUCTION | 15 | 10 | 7 |
| TF1 Films Production | 6 | 2 | (1) |
| Banco | 3 | 1 | 5 |
| Protécra | 6 | 7 | 3 |
| STUDIOS 107 | (2) | - | (6) |
| DROITS AUDIOVISUELS | 1 | - | - |
| Syalis DA | 2 | - | - |
| Légende Distribution | (1) | - | - |
| AUTRES | 33 | 40 | 53 |
| TF1 Publicité | 9 | - | 6 |
| TF1 Publicité Production | 1 | 1 | - |
| TF1 Publicité Belgique | - | - | - |
| Syalis SA | 11 | 17 | 20 |
| La Réservée | - | 2 | 26 |
| TF1 Europe | 12 | 20 | 1 |
| TOTAL | 542 | 459 | 451 |

*La différence avec les résultats sociaux provient essentiellement du retraitement, dans les comptes consolidés, des amortissements dérogatoires, des provisions et de l'impôt différé.

L'Antenne



L'année 1994 a vu le paysage audiovisuel français se structurer en trois groupes de chaînes : les chaînes publiques commerciales (France Télévision) très orientées vers un large public plutôt "seniors" ; M6 résolument tournée vers les populations les plus jeunes et TF1, dont la stratégie reste double : rassembler le plus large public tout en séduisant les cibles jeunes et en particulier les femmes.

Dans cet environnement concurrentiel et organisé, TF1 a rassemblé 39,2 % de l'audience foyer en 1994 contre 25,4 % pour France 2, 16,1 % pour France 3 et 11,9 % pour M6. Néanmoins, les performances foyer des chaînes publiques sont à relativiser puisque leurs parts de marché sur les cibles privilégiées des publicitaires sont très inférieures à celles recueillies sur l'ensemble de la population.

En effet, France Télévision rassemble 34,3 % (22 % pour France 2 et 12,3 % pour France 3) du marché des ménagères de moins de 50 ans quand TF1 en rassemble 40,7 %. Sur les 15-34 ans, la répartition est comparable : 30,8 % de ce marché pour France Télévision contre 40,9 % pour TF1.

Dans cet environnement, TF1 confirme très largement sa première place, mais sur ces cibles publicitaires il faut compter avec M6 qui obtient 15,4 % de part de marché sur les ménagères de moins de 50 ans et 17,1 % sur les 15-34 ans.

Ces répartitions, sensiblement différentes selon les types de public, sont le résultat de stratégies claires de la part de chacune des chaînes concurrentes de TF1. Les choix éditoriaux des différentes programmations ont ainsi pour objectif de privilégier tel ou tel public sur chacun des réseaux. Dans le même temps, la dualité stratégique de TF1, chaîne généraliste et commerciale, impose un choix éditorial complexe dans un contexte concurrentiel de programmation "en tenailles".

Pour la saison 94-95, TF1 s'est fixé pour ambitions de :

- Comprendre et pressentir les goûts des Français chahutés dans leur vie quotidienne et désécurisés dans un monde troublant. Ceux-ci souhaitent une télévision authentique, généreuse, distrayante sans être futile, informative sans être ennuyeuse. TF1 doit savoir les aider à sourire, à réfléchir, à se sentir mieux et meilleurs.
- Créer des programmes de divertissement en renouvelant sans heurt et sans dérapage la variété d'hier : authenticité, vitalité, générosité doivent être les lignes de force des programmes de demain.
- Optimiser les achats et la diffusion de films, malgré une pénurie de production française et des quotas contraignants.
- Développer des productions jeunesse en exploitant en parallèle les res-

sources des droits dérivés, comme cela a été fait avec succès pour Spirou.

- Rester la chaîne du sport sans pour cela devenir la chaîne du "trop de sport". La frontière est délicate et doit être sans cesse remise en question... le public bouge ! Au football et à la Formule 1 est venu s'ajouter le patinage, rare sport à fédérer hommes et femmes devant l'écran de télévision.
- Développer de nouveaux héros de fictions françaises en multipliant les genres de personnages pour mieux répondre aux différentes pulsions du public : Navarro, Julie Lescaut, Moulin, mais aussi chaque vendredi soir une fiction "romantique et sentimentale".
- Enfin et surtout, être "la" chaîne de l'information : rester celle que les Français plébiscitent à l'heure des grands rendez-vous.

Pour répondre à tous ces objectifs, TF1, chaîne généraliste, se doit de rester la chaîne de tous les Français, du plus grand nombre... mais aussi, TF1 chaîne commerciale, doit être à chaque moment de la journée aux rendez-vous de ses annonceurs.

La régie publicitaire

Avec une progression de 8,5 % (chiffres SECODIP), TF1 demeure la chaîne qui contribue le plus à l'augmentation des recettes publicitaires de la télévision : 41,2 % soit 793 MF supplémentaires.

Cette croissance se fonde sur l'augmentation du volume de publicité diffusée (+ 5,5 %) et celle du tarif moyen d'un spot (+ 5,8 %).

TF1 est ainsi la seule chaîne à voir ses recettes publicitaires croître de manière plus soutenue que sa durée de publicité, témoignant ainsi de sa capacité à proposer une politique tarifaire adaptée, en préservant la qualité d'insertion des messages publicitaires.

L'augmentation démesurée de la durée de publicité du Service Public par la création de nouveaux écrans depuis septembre, restera le fait marquant de l'année 1994. Ceci a pesé sur la part de marché de TF1, qui s'élève à 54,3 % en 1994, en retrait de 1,5 point.

Néanmoins, la confiance de nos clients reste le meilleur baromètre. Ainsi les douze principaux annonceurs en Télévision ont choisi d'affecter 57,8 % de leurs budgets publicitaires sur TF1.



Les activités de diversification

En 1994, le Groupe TF1 a poursuivi son développement autour de ses quatre pôles de diversification : l'édition et la distribution, la production et les studios, les chaînes thématiques ainsi que l'acquisition et l'exploitation de droits audiovisuels.

N.B. : l'activité des filiales de TF1 est analysée ci-après à partir des chiffres d'affaires sociaux (comptes de classe 70 uniquement) présentés dans le tableau « Filiales et participations » de l'annexe des comptes sociaux, et non à partir de leur contribution au chiffre d'affaires consolidé.

■ L'ÉDITION/DISTRIBUTION

Créé afin d'exploiter les synergies liées à l'Antenne, le secteur édition/distribution constitue le premier pôle de diversification du Groupe TF1 avec un total de chiffres d'affaires sociaux de plus de 870 MF.

TF1 ENTREPRISES

Cette société a pour activités principales l'édition et la distribution de cassettes vidéo sous la marque TF1 VIDEO, la télématique, la distribution internationale de programmes et l'exploitation des droits dérivés de l'Antenne.

En 1994, le chiffre d'affaires social de TF1 ENTREPRISES a affiché une progression de 11 % à 413 MF, s'appuyant principalement sur le développement des activités vidéo et distribution internationale.

Premier sur le segment du hors-films avec une part de marché à la vente de 33 %⁽¹⁾, TF1 VIDEO a vendu plus de trois millions de cassettes en 1994. Les meilleures ventes tous segments confondus sont "Platini", "La Vengeance d'une Blonde" et "La Leçon de Piano".

Disposant d'un catalogue de droits renforcé, la distribution internationale a affiché une forte croissance de son chiffre d'affaires social (69 MF, + 38 %), grâce notamment au succès du dessin animé "Spirou".

Face à une forte concurrence des kiosques téléphoniques, l'activité Minitel a subi une baisse de son chiffre d'affaires mais maintient une rentabilité élevée.

L'activité droits dérivés s'est fortement développée en 1994, en particulier grâce au succès de la licence commerciale de la marque Ushuaïa.

UNE MUSIQUE

UNE MUSIQUE a connu une augmentation de près de 26 % de son chiffre d'affaires social (153 MF), générée pour l'essentiel par l'édition phonographique (81 % du chiffre d'affaires). En 1994, 64 nouvelles références ont été éditées et plus de 5 millions de disques et de cassettes vendus. La société a obtenu 1 disque de platine (Didier Barbelivien) et 12 disques d'or (dont Cat Stevens, Pat Benatar, UB40 et Bananarama).

UNE MUSIQUE a par ailleurs poursuivi son effort de production de jeunes artistes français avec la signature de nouveaux contrats d'exclusivité (Gérard Berliner, Les Forbans...). UNE MUSIQUE devient ainsi une vraie maison de disques.

TF1 BOUTIQUES

Après un an d'expérience, la commercialisation de produits labellisés TF1 ou dérivés des émissions phares de l'Antenne n'ayant pas été concluante, la boutique du centre commercial de La Défense, près de Paris, sera prochainement fermée.

TELE-SHOPPING

En 1994, dans un contexte de crise de la consommation qui n'a pas épargné les émissions de télé-achat, le chiffre d'affaires social de TELE-SHOPPING s'est élevé à 285 MF, en repli de 5 %, alors que son résultat net a progressé de 5 % à 12 MF. Pour TELE-SHOPPING, 1994 a été une année d'évolution profonde qui a vu la mise en place d'une nouvelle équipe de présentation, la poursuite du développement du catalogue et la maîtrise des frais de fonctionnement.

Désormais, TELE-SHOPPING produit ses émissions en interne ce qui lui permet de commercialiser ses concepts sur d'autres chaînes de télévision (TMC, TLT et TLM).

TF1 EDITIONS

Filiale à 100 % de TF1 depuis mars 1994, TF1 EDITIONS propose une ligne éditoriale s'adressant en particulier à un public proche de l'Antenne.

Le chiffre d'affaires social réalisé en 1994 par TF1 EDITIONS est de 18 MF, en croissance de 3,5 %. La mise en place d'une équipe éditoriale à plein temps

a donné une nouvelle impulsion à l'activité permettant l'édition de 13 nouveaux titres, parmi lesquels trois grands succès : "Les Cœurs Brûlés : Les Yeux d'Hélène", "Instinct Mortel" et "L'Argent Par Les Fenêtres". Par ailleurs, le Livre Guinness des Records continue de représenter une part importante des ventes.

Poursuivant la démarche entreprise en 1994, TF1 EDITIONS publiera en 1995 une cinquantaine de nouveautés.

■ LA PRODUCTION

Depuis sa privatisation, TF1 a investi près de 8 milliards de francs dans la production française. En 1994, ces investissements se sont élevés à 1 415 MF, dont 376 MF au travers de ses trois filiales :

TF1 FILMS PRODUCTION

En 1994, TF1 FILMS PRODUCTION a investi 182 MF dans la coproduction de 15 films, soit un montant supérieur à l'obligation de TF1 d'investir 3 % du chiffre d'affaires publicitaire net de l'année précédente dans la coproduction d'œuvres cinématographiques françaises.

Premier investisseur du secteur cinématographique parmi les chaînes en clair, TF1 FILMS PRODUCTION a coproduit 6 des 9 films français ayant fait plus de 1 million d'entrées en salle en 1994 : "La Vengeance d'une Blonde", "Grosse Fatigue", "Le Colonel Chabert", "La fille de d'Artagnan", "Un Indien dans la Ville" et "Casque Bleu".

BANCO PRODUCTION ET PROTECREA

Les deux sociétés ont livré en 1994, pour la chaîne TF1 et d'autres partenaires, près d'une vingtaine de fictions et une soixantaine de magazines, documentaires et productions exécutives.

BANCO PRODUCTION assure la production de plusieurs séries telles que "Le Juge est une Femme", "Honorin et l'Enfant Prodigue" et "Une Famille Formidable".

Par ailleurs, la coproduction par BANCO PRODUCTION de "Fortitude", fiction diffusée lors du 50ème anniversaire du débarquement et vendue dans une douzaine de pays, marque la volonté de développer l'activité à l'international.

PROTECREA a poursuivi la production des épisodes "Commissaire Moulin" et des magazines "Ushuaïa" et "52 sur la Une" pour la chaîne, et diversifie en 1995 son portefeuille de clients en produisant des documentaires pour Arte et la Cinquième.

(1) Source SEV.



■ LES CHAINES THEMATIQUES

EUROSPORT

En 1994, EUROSPORT a élargi sa couverture européenne et est désormais reçue par près de 60 millions de foyers répartis dans 37 pays. 13 millions de téléspectateurs ont suivi quotidiennement les programmes de la chaîne qui fait une plus large place au direct et aux premières diffusions.

EUROSPORT a repris en 1994 sa régie publicitaire et a recentré sa politique commerciale qui privilégie désormais la vente d'écrans publicitaires. Ceci a permis l'arrivée de nouveaux annonceurs "grand public" prestigieux et a entraîné une progression significative des recettes publicitaires. La croissance parallèle des revenus générés par les redevances câble/satellite permet à EUROSPORT d'afficher en 1994 des recettes totales de 471 MF en progression de 45 % sur l'exercice. Deux nouvelles versions linguistiques (espagnole et tchèque) ont par ailleurs été lancées, d'autres sont à l'étude.

LA CHAINE INFO (LCI)

Lancée le 24 juin 1994, LCI constitue une expérience sans précédent dans le paysage audiovisuel français. LCI est en effet la première chaîne thématique d'information en continu. Sa programmation privilégie les rendez-vous réguliers d'information et la couverture "à chaud" des événements, ponctués par des rubriques, des débats et des talk-shows.

Les recettes de ce premier exercice, d'une durée de six mois, s'élèvent à 30 MF et proviennent des redevances câblo-opérateurs, de la publicité et des cessions de programmes à TF1.

Déjà reçue par près de 70 % des abonnés au câble (environ 775 000 foyers), LCI est, depuis février 1995, commercialisée dans le cadre du bouquet CanalSatellite, ce qui lui permet d'étendre sa diffusion, de toucher un plus large public et de bénéficier de recettes supplémentaires.

TELCARTE / MULTIVISION :

LE PAIEMENT A LA CONSOMMATION

TELCARTE, filiale dans laquelle TF1 détient une participation de 24,5 %, a pour vocation de proposer aux abonnés des réseaux câblés français des films de cinéma et des événements exceptionnels sous la forme du paiement à la consommation.

Disponible dans environ 120 000 foyers à fin 1994, MULTIVISION, première chaîne de "pay-per-view" en Europe, a bénéficié de taux d'achat encourageants et va donc proposer deux nouveaux canaux en 1995, étendant ainsi son offre de programmes avant l'avènement des technologies numériques.

■ L'ACQUISITION ET L'EXPLOITATION DE DROITS AUDIOVISUELS

Face à l'explosion prochaine des capacités de diffusion et l'arrivée du Multimédia, un des axes stratégiques de TF1 est la maîtrise des droits pour alimenter sa chaîne ainsi que ses activités de diversification.

A cet effet, TF1 a mis en place deux structures qui ont démarré leur activité en 1994 :

SYALIS DROITS AUDIOVISUELS

Cette société a pour objet l'acquisition et l'exploitation de droits audiovisuels pour tous supports (cinéma, télévision, vidéo...) et pour tous territoires. Au cours de cette année de démarrage, SYALIS DA a mis l'accent sur les achats de droits de téléfilms, de séries et mini-séries, négociés conjointement avec l'Antenne et sur les achats de droits destinés spécifiquement à la distribution internationale. SYALIS DA centralise aujourd'hui les droits autrefois dispersés dans différentes structures du Groupe TF1.

LEGENDE DISTRIBUTION

Constituée en partenariat avec le producteur Alain Goldman et la Banque néerlandaise ING, cette filiale est destinée à l'acquisition et à la commercialisation des droits d'exploitation de longs métrages cinématographiques inédits. L'investissement total de TF1 au travers de cette filiale est limité à 17 MF.

2 - LA SOCIÉTÉ MÈRE TF1 SA

TF1 SA a réalisé en 1994 un chiffre d'affaires de 6 610 MF, en hausse de 7,6 %, réparti entre les opérations de sa régie publicitaire pour 6 560 MF et les recettes diverses pour 50 MF.

Le coût des programmes s'élève à 4 161 MF en 1994, contre 3 924 MF en 1993, soit une croissance de 6 %, plus modérée que celle des recettes publicitaires.

Le bénéfice net de l'exercice s'élève à 576 MF contre 408 MF pour 1993.

3 - FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Les frais de recherche et développement engagés au cours de l'exercice 1994 ne sont pas significatifs.

4 - FAITS MARQUANTS OU LITIGES

Les litiges connus à ce jour par la société et le Groupe ont été entièrement provisionnés dans leurs comptes. A la connaissance de la société et du groupe, il n'existe à ce jour aucun autre fait exceptionnel ou litige pouvant avoir une incidence sensible sur l'activité, la situation financière, le patrimoine de la société et du Groupe.

II PERSPECTIVES 1995

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel où les progrès technologiques vont modifier durablement et profondément le monde de l'audiovisuel, TF1 entend avant tout renforcer sa première place sur le marché de la télévision hertzienne en clair par une offre de programmes de qualité répondant aux attentes de son public et des annonceurs. Parallèlement, le Groupe poursuit sa stratégie de développement autour des axes suivants :

- poursuivre ses activités de diversification : TF1 Entreprises, LCI, EUROSPORT...
- créer, acquérir et exploiter des droits dans tous les domaines de compétence du Groupe (diffusion, édition, distribution...),
- lancer des projets pilotes utilisant les nouvelles technologies.

Rester leader sur le marché de la télévision hertzienne commerciale

Dans le domaine très compétitif de la télévision commerciale en clair où la concurrence des télévisions publiques est forte, TF1 privilégie l'événement et l'inédit autour des six thèmes principaux de l'Antenne (l'information, le sport, la jeunesse, le divertissement, la fiction et le film).

TF1 poursuit également sa politique d'investissement dans la production de programmes français de qualité. Cette stratégie s'est avérée payante puisque ces programmes rassemblent aux heures de grande écoute près de 40 % des téléspectateurs (soit une audience comparable à celle de grands films) et répondent également aux attentes des annonceurs.

En ce qui concerne les investissements publicitaires en télévision, les instituts spécialisés IP et IPSOS prévoient pour 1995 une croissance de respectivement + 6 % et + 8 %, soit plus que pour le pluri-média. Cependant, au-delà de leur caractère saisonnier, ces recettes publicitaires pourront aussi être influencées par l'environnement économique et les échéances électorales.

Poursuivre les diversifications : LCI, EUROSPORT, TF1 Entreprises ...

La stratégie de diversification du Groupe TF1 s'inscrit dans une logique de développement transversal, recherchant et privilégiant les synergies entre les différents métiers de l'entreprise : diffusion, édition, distribution,...

Dans le domaine des chaînes thématiques, après un lancement réussi, LCI s'attache désormais au développement de son audience. Depuis février 1995, La Chaîne Info est intégrée à l'offre de CanalSatellite. De plus, sa commercialisation sera étendue à toutes les grandes villes françaises ainsi qu'aux réseaux câblés de taille moyenne afin d'assurer une couverture maximale du territoire. Ensuite, la croissance de son audience dépendra de la progression du parc d'abonnés au câble et au satellite.

En février 1995, EUROSPORT a lancé une version tchèque de son programme qui s'ajoute aux sept versions linguistiques actuelles (allemand, anglais, espagnol, finnois, français, néerlandais et suédois). Cette chaîne, qui s'affirme déjà comme "LA" chaîne paneuropéenne du sport, poursuivra cette politique afin d'assurer une très large couverture géographique de l'Islande à la Turquie.

En outre, avec l'acquisition et l'exploitation des droits des tournois de tennis de l'ATP, EUROSPORT se positionne sur le marché des droits sportifs européens et y développe une activité de négoce tout en renforçant son programme. La poursuite du développement d'EUROSPORT devrait aboutir à un exercice bénéficiaire en 1996.

Au sein de TF1 ENTREPRISES, l'activité vidéo démarre une stratégie de croissance en Allemagne en partenariat avec un grand diffuseur, tandis que l'activité "Droits Dérivés" connaîtra de nouveaux développements grâce à un élargissement de son offre de droits et de son portefeuille de licenciés.

Créer, acquérir et négocier des droits

Cette activité créée en 1994, connaîtra un fort développement en 1995, tant dans le domaine des stocks de programmes (fictions, séries, longs métrages...) dans lequel SYALIS DA et LEGENDE DISTRIBUTION augmenteront leurs investissements, que dans le domaine des droits sportifs pour l'acquisition

desquels TF1 vient de constituer des filiales spécialisées.

Ces sociétés constituent un axe essentiel de diversification et développement du Groupe vers les nouvelles technologies. En effet, seules les entreprises de communication disposant de droits de qualité seront en mesure d'alimenter de nouveaux projets de diffusion, de distribution et d'exploitation de programmes.

Lancer des projets pilotes utilisant les nouvelles technologies

Après avoir acquis une solide expérience dans le domaine des nouvelles technologies au travers :

- du développement dès 1990 du produit multi-média STAR (Station de Travail Automatisée de la Rédaction),
- de la mise en oeuvre de solutions d'automatisation et d'équipements numériques (sonothèque et vidéothèque numériques, station de montage virtuel ...),
- de la production d'un CD ROM pilote avec Intel et Microsoft en 1993 et de la commercialisation d'un CDI avec Philips début 1995,
- de la diffusion en NICAM (son numérique stéréo) en 1994,

TF1 lancera de nouveaux projets pilotes :

- une "Banque Multimédia d'Information" s'appuyant sur une chaîne d'édition tout numérique,
- une plate-forme de services "Vidéo à la demande", retenue comme projet d'intérêt général dans le cadre de l'appel à propositions du Ministère de l'Industrie, qui débouchera dès juin de cette année sur une réalisation pilote dans un grand hôtel parisien,
- la diffusion de programmes en numérique sur le réseau hertzien terrestre.

En conclusion, TF1 se renforcera sur le marché de la télévision commerciale et poursuivra sa politique de diversification. Par ailleurs, le Groupe se positionne comme un producteur de contenu et de services qui devrait déboucher prochainement sur un nouveau concept de télévision, synthèse de l'offre généraliste de TF1, de nouveaux services interactifs et des nouvelles technologies numériques.

III POINT SOCIAL

1 - EFFECTIF

L'effectif permanent du Groupe TF1 au 31 décembre 1994 était de 1 863 collaborateurs répartis de la manière suivante : 1 187 personnes chez TF1 SA, 220 chez TF1 PUBLICITE, 120 chez TF1 ENTREPRISES, 116 chez LCI, 120 chez EUROSPORT et 100 dans les autres filiales.

La répartition globale est de 773 cadres, 308 journalistes, 604 agents de maîtrise et 178 employés et ouvriers.

| | 31.12.94 | 31.12.93 | 31.12.92 |
|--------------|--------------|--------------|--------------|
| TF1 SA | 1 187 | 1 194 | 1 176 |
| Filiales | 676 | 474 | 397 |
| TOTAL | 1 863 | 1 668 | 1 573 |

2 - POLITIQUE SALARIALE

TF1 a poursuivi en 1994 une politique salariale dynamique. En outre, tous les salariés bénéficient désormais du paiement intégral d'un 13ème mois.

3 - FORMATION PROFESSIONNELLE ET RELATIONS ÉCOLES

Le Groupe a dispensé près de 22 000 heures de formation à travers 1 191 stages répartis dans ses différentes structures.

Des relations ciblées avec les écoles sont développées, notamment en matière d'audiovisuel et de multimédia.

4 - PARTICIPATION ET ÉPARGNE DES SALARIÉS

La participation des salariés s'élève à 24 MF en 1994 contre 18 MF en 1993.

A fin décembre 1994, le nouveau Plan d'Épargne Entreprise proposé en décembre 1992 totalisait 971 adhérents (contre 714 à fin décembre 1993). L'abondement versé par TF1 et ses filiales a été de 10,6 MF en 1994.

Par ailleurs, à dater du 1^{er} janvier 1995, l'abondement a été porté au maximum autorisé par la Loi, soit 22 500 F par an.

5 - OBJECTIFS 1995

Pour 1995, le Groupe TF1 s'est fixé pour objectifs de :

- soutenir la croissance, c'est-à-dire détecter en interne et en externe les hommes à potentiel, organiser la mobilité et faciliter l'évolution des métiers et des compétences,
- faire évoluer les pratiques managériales par l'animation de réflexions dans chaque direction, le lancement des démarches de projets reposant sur la formation et le conseil personnalisé aux hiérarchies,
- faciliter l'épanouissement professionnel de chacun en améliorant l'intégration des nouveaux embauchés, en gérant au plus près chaque parcours professionnel et en accentuant l'effort de communication interne.

IV FILIALES ET PARTICIPATIONS

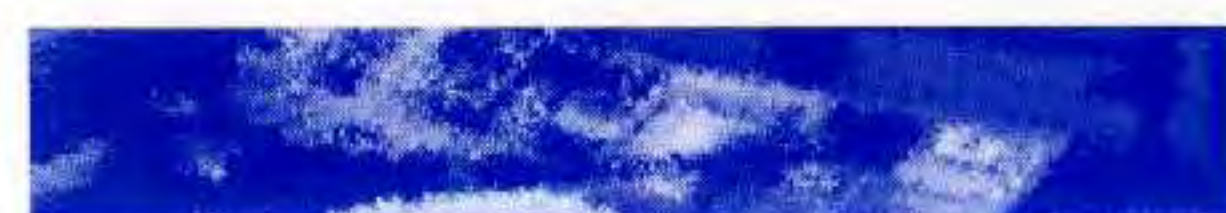
1 - SOUSCRIPTIONS ET CESSIONS AU COURS DE L'EXERCICE 1994

Dans le cadre du reclassement de sa participation au sein de ses différentes filiales, TF1 SA a acquis :

- auprès de TF1 ENTREPRISES :
 - 2 493 actions de la société UNE MUSIQUE, portant ainsi sa participation dans le capital de UNE MUSIQUE à 99,76 %.
 - 2 494 actions de la société TF1 BOUTIQUES, portant ainsi sa participation dans le capital de TF1 BOUTIQUES à 99,76 %.
- auprès de BETA FILMS :
 - 2 500 actions de la société MERY PRODUCTIONS, portant ainsi sa participation dans le capital de MERY PRODUCTIONS à 99,88 %.

2 - CONSTITUTION DE SOCIÉTÉS AU COURS DE L'EXERCICE 1994

- Constitution de la société en commandite simple LA CHAÎNE INFO (LCI), au capital de 1 500 000 F, dans laquelle TF1 SA, en sa qualité d'associé commandité, détient 99 % du capital. Au sein de cette nouvelle structure, TF1 SA exerce la fonction de gérant.
- Constitution dans le cadre d'EUROSPORT de la société en commandite simple EUROSALLES, au capital de 1 500 000 francs, dans laquelle la société ESO, en sa qualité d'associé commandité, détient 99 % du capital. TF1 intervient indirectement dans le capital d'EUROSALLES, via sa participation de 34 % dans ESO.





V CAPITAL

1 - LE TITRE

En 1994, dans un contexte boursier difficile, principalement lié à la montée des taux américains, le titre TF1, en recul de 1,4 %, a bien résisté dans un marché qui a chuté de plus de 18 %.

Cotée à 484 F le 30 décembre 1994, l'action TF1 a offert un rendement avant impôt de 18,2 % par an (avoir fiscal compris) par rapport à son cours d'introduction en bourse de 165 F le 24 juillet 1987. Le titre est resté liquide avec un volume moyen d'échanges quotidiens d'environ 33 000 titres en 1994.

Les performances du titre TF1 sur le marché boursier attestent de la bonne santé de la société et de sa politique dynamique en matière de distribution de dividendes (plus de 50 % de son bénéfice net consolidé).

2 - ACHAT EN BOURSE

Durant l'exercice écoulé, le Conseil d'Administration n'a pas fait usage de l'autorisation annuelle qui lui avait été conférée par l'Assemblée Générale du 14 juin 1994, en vue de régulariser le marché boursier des actions TF1.

3 - AUTRES ÉVÉNEMENTS SURVENUS AU COURS DE L'EXERCICE 1994

- Liquidation, le 30 juin 1994, de la société TF1 SERVICES ET GESTION.
- Liquidation, le 30 juin 1994, de la société LA RESERVEE.

4 - ÉVÉNEMENTS SURVENUS DEPUIS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

- Souscription, en mars 1995, de 28 500 parts sociales de la société en commandite simple LA CHAÎNE INFO (LCI), dans le cadre d'une augmentation du capital porté de 1 500 000 F à 30 000 000 F portant ainsi la participation de TF1 à 99,95 %.

3 - MONTANT / CATÉGORIE DE TITRES

Le capital de TELEVISION FRANCAISE 1 est de 210 000 000 F, entièrement libéré, divisé en 21 000 000 actions de 10 Francs nominal chacune.

Il n'existe ni certificat d'investissement, ni action à dividende prioritaire, ni action à droit de vote double.

4 - GESTION DES TITRES

TF1, en tant que société émettrice, assure seule la gestion de son service titres et de son service financier.

5 - ACTIONNARIAT

À la connaissance du Conseil, la structure de l'actionariat au 31 décembre 1994 avait évolué comme suit :

| | 31.12.94 | 23.02.94 | 31.12.92 |
|---|----------------|----------------|----------------|
| BOUYGUES | 37,5 % | 34,0 % | 25,0 % |
| SOCIETE GENERALE | 6,0 % | 6,0 % | 6,0 % |
| Groupe WORMS & CIE | 1,5 % | 1,5 % | 5,0 % |
| CREDIT LYONNAIS | 0,3 % | 2,1 % | 8,1 % |
| François DALLE | - | - | - |
| TOTAL actionnaires agissant de concert | 45,3 % | 43,6 %* | 44,1 % |
| Personnel | 1,6 % | 1,7 % | 1,6 % |
| Public | 53,1 % | 54,7 % | 54,3 % |
| Total | 100,0 % | 100,0 % | 100,0 % |

* Avis SBF N° 94-600

Il n'y a pas d'action détenue en auto-contrôle.

Le nombre d'actionnaires est estimé à plus de 100 000.

VI AFFECTATION ET RÉPARTITION DES RÉSULTATS DE TÉLÉVISION FRANÇAISE 1 (société mère)

Dans les résolutions qui sont soumises à votre approbation, nous vous demandons d'approuver les comptes de l'exercice 1994 et après avoir constaté l'existence de bénéfices disponibles de 842 085 257,24 F, compte tenu du bénéfice net de l'exercice de 576 361 987,63 F et du Report à Nouveau de l'exercice précédent de 265 723 269,61 F, de décider l'affectation et la répartition suivantes proposées par le Conseil d'Administration :

- Affectation à la Réserve Générale 250 000 000,00 F
- Distribution d'un dividende de 315 000 000,00 F (soit un dividende net de 15 F par action de 10 F valeur nominale, assorti d'un avoir fiscal de 7,50 F)
- Affectation du solde au Report à Nouveau 277 085 257,24 F

Le dividende pourrait être mis en paiement à compter du 30 juin 1995.

Nous vous rappelons qu'au cours des trois derniers exercices, les dividendes versés au titre des exercices 1991, 1992 et 1993, ont été respectivement de 8 F, 10 F et 12,50 F net par action ; les avoirs fiscaux correspondants ont été de 4 F, 5 F et 6,25 F.

VII RÉSOLUTIONS

Vos Commissaires aux Comptes vous communiqueront leurs rapports sur les comptes de l'exercice 1994 et sur les conventions relevant des articles 101 et suivants de la Loi du 24 juillet 1966. Dans les résolutions qui vous sont soumises, nous vous proposons :

- d'approuver les comptes de l'exercice 1994, l'affectation et la répartition des résultats et les conventions et opérations visées aux articles 101 et suivants de la Loi du 24 juillet 1966, mentionnées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes,
- de donner quitus de sa gestion au Conseil,
- de prendre acte de la présentation des comptes consolidés,
- de ratifier la cooptation, en qualité d'Administrateur, de Philippe MONTAGNER, décidée par le Conseil d'Administration lors de sa séance du 23 janvier 1995. La durée de son mandat sera la même que celle de son prédécesseur, et expirera à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 1994,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de Martin BOUYGUES, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de Corinne BOUYGUES, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur du CREDIT LYONNAIS, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de Michel DERBESSE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de Patrick LE LAY, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de Philippe MONTAGNER, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le

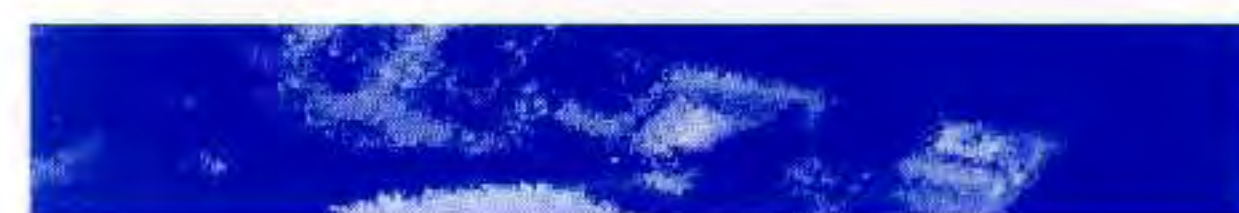
mandat d'Administrateur de Etienne MOUGEOTTE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,

- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de Olivier POUPART-LAFARGE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de renouveler, pour deux années, le mandat d'Administrateur de la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de nommer, pour six exercices, en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire, Monsieur Jacques VILLARY,
- de nommer, pour six exercices, en qualité de Commissaire aux Comptes suppléant, Monsieur Julien MARIN-PACHE,
- de renouveler l'autorisation, qui n'a pas été utilisée, que vous aviez donnée par votre Assemblée du 14 juin 1994, permettant à votre Société d'acheter en Bourse ses propres actions en vue de régulariser leur marché. Cette acquisition éventuelle serait limitée à 10 % du capital social. Le prix maximum d'achat ne devra pas excéder 600 F par action et le prix minimum de vente 300 F par action.

Ci-joint, nous vous remettons le tableau des résultats de la société au cours des cinq derniers exercices.

Nous vous demandons de bien vouloir vous prononcer sur les résolutions qui vous sont proposées.

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION



RÉSULTATS

FINANCIERS DE LA SOCIÉTÉ

AUX COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

| NATURE DES INDICATIONS | 1990 | 1991 | 1992 | 1993 | 1994 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------------|
| I - SITUATION FINANCIÈRE EN FIN D'EXERCICE | | | | | |
| a) Capital social* | 210 000 000 | 210 000 000 | 210 000 000 | 210 000 000 | 210 000 000 |
| b) Nombre d'actions émises | 21 000 000 | 21 000 000 | 21 000 000 | 21 000 000 | 21 000 000 |
| c) Nombre d'obligations convertibles en actions | - | - | - | - | - |
| II - RÉSULTAT GLOBAL DES OPÉRATIONS EFFECTIVES* | | | | | |
| a) Chiffre d'affaires hors taxes | 4 867 144 981 | 5 178 682 786 | 5 834 944 678 | 6 131 932 600 | 6 610 557 695 |
| b) Bénéfice avant impôt, participation des salariés, amortissements et provisions | 535 045 719 | 545 608 419 | 740 943 288 | 854 259 386 | 1 148 746 840 |
| c) Impôt sur les bénéfices | 165 504 939 | 167 840 066 | 140 824 240 | 195 393 635 | 258 530 966 |
| d) Participation des salariés | 11 012 842 | 10 138 529 | 5 210 079 | 12 832 718 | 16 739 328 |
| e) Bénéfice après impôts, participation des salariés, amortissements et provisions | 280 871 781 | 290 171 585 | 464 623 097 | 407 748 161 | 576 361 987 |
| f) Montant des bénéfices distribués | 147 000 000 | 168 000 000 | 210 000 000 | 262 500 000 | 315 000 000 ⁽¹⁾ |
| III - RÉSULTAT DES OPÉRATIONS RÉDUIT A UNE SEULE ACTION* | | | | | |
| a) Bénéfice après impôt, mais avant amortissements et provisions | 17,07 | 17,50 | 28,32 | 30,76 | 41,59 |
| b) Bénéfice après impôt, amortissements et provisions | 13,37 | 13,81 | 22,12 | 19,42 | 27,44 |
| c) Dividende versé | 7,00 | 8,00 | 10,00 | 12,50 | 15,00 ⁽¹⁾ |
| IV - PERSONNEL | | | | | |
| a) Nombre de salariés | 1 276 | 1 192 | 1 176 | 1 194 | 1 187 |
| b) Montant de la masse salariale* | 480 358 433 | 570 324 356 | 524 941 319 | 497 997 349 | 530 607 926 |
| c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux* | 179 032 239 | 216 151 921 | 217 430 643 | 221 477 938 | 231 316 495 |

*en Francs

(1) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale

RAPPORT GÉNÉRAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

**EXERCICE CLOS
LE 31 DÉCEMBRE 1994**

SUR LES COMPTES SOCIAUX

Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société TF1, tels qu'ils sont annexés au présent rapport,
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi,

relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1994.

1. OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons procédé au contrôle des comptes annuels, en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Nous certifions que les comptes annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

2. VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'Administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives à l'identité des détenteurs du capital et aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris, le 14 avril 1995

Dominique LEDOUBLE

SALUSTRO REYDEL
Edouard SALUSTRO

SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée, nous vous présentons notre rapport sur :

- le contrôle des comptes consolidés de la société TF1, tels qu'ils sont annexés au présent rapport,
- la vérification des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion,

relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 1994.

1. OPINION SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

Nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés, en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Nous certifions que les comptes consolidés sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

2. VÉRIFICATIONS SPÉCIFIQUES

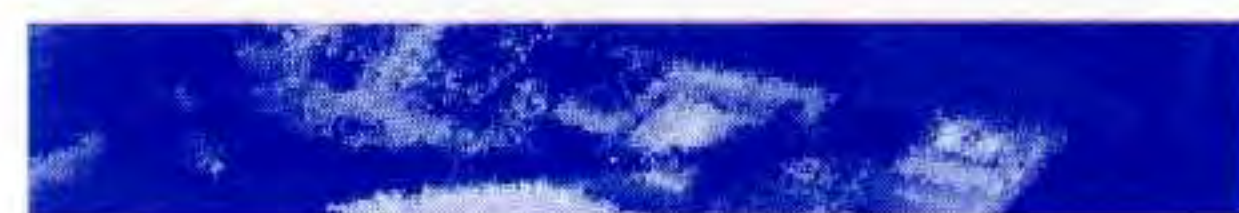
Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes consolidés des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion.

Paris, le 14 avril 1995

Dominique LEDOUBLE

SALUSTRO REYDEL
Edouard SALUSTRO





RAPPORT SPECIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

**EXERCICE CLOS
LE 31 DÉCEMBRE 1994**

SUR LES CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

Messieurs,

En application de l'article 103 de la loi du 24 juillet 1966, nous portons à votre connaissance les conventions visées à l'article 101 de cette loi dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice.

1. AVEC LA SOCIÉTÉ TF1 PUBLICITÉ

TF1 et TF1 PUBLICITÉ exercent leurs relations, depuis le 1er janvier 1989, dans le cadre de deux contrats :

- Un contrat de régie, aux termes duquel TF1 PUBLICITÉ est chargée de rechercher, à titre exclusif, toute publicité destinée à être diffusée sur le réseau de diffusion de TF1. TF1 PUBLICITÉ supporte seule les frais de prospection engagés, et à ce titre, bénéficie sur ses achats d'espaces à la chaîne, d'une remise pour commission de régie déterminée en fonction du tarif brut négocié avant déduction des commissions d'agences de publicité, soit 491,2 millions de francs au titre de l'exercice 1994.
- Un contrat de mandat, aux termes duquel les coûts de certains services fonctionnels et de certaines dépenses nécessaires, notamment à la promotion de l'Antenne, sont répartis entre les deux sociétés. En application de ce contrat de mandat, TF1 a facturé à TF1 PUBLICITÉ, un montant de 96,1 millions de francs, au titre de l'exercice 1994.

Administrateurs concernés : Messieurs Patrick LE LAY et Etienne MOUGEOTTE, Madame Corinne BOUYGUES.

2. AVEC LA SOCIÉTÉ TF1 ENTREPRISES

TF1 et TF1 ENTREPRISES exercent leurs relations depuis le 2 octobre 1989 dans le cadre de deux contrats :

- Un contrat de location-gérance, aux termes duquel TF1 ENTREPRISES exploite les droits de toute nature (diffusion, vidéo, télématique) concédés à TF1 dans le cadre des contrats de coproduction, moyennant une redevance égale à 5 % des sommes perçues. En application de ce contrat, TF1 a facturé à TF1 ENTREPRISES une redevance de location-gérance d'un montant de 5,8 millions de francs, au titre de l'exercice 1994.
- Un contrat de mandat aux termes duquel TF1 ENTREPRISES commercialise les droits de diffusion acquis par TF1 et non utilisés totalement ou partiellement, moyennant une rémunération de 35 % du prix de vente obtenu, en contrepartie de ses frais de commercialisation. En application de ce contrat, TF1 ENTREPRISES a facturé à TF1 un montant de 145 millions de francs, au titre de l'exercice 1994.

Administrateurs concernés : Messieurs Patrick LE LAY et Etienne MOUGEOTTE, Madame Corinne BOUYGUES.

3. AVEC LA SOCIÉTÉ BOUYGUES

Aux termes d'une convention d'assistance en matière de gestion administrative, financière, juridique et de direction générale, en date du 21 octobre 1992, conclue entre les sociétés TF1 et BOUYGUES, cette dernière a facturé en 1994 à votre société une somme de 37,8 millions de francs, représentant 0,45 % du chiffre d'affaires consolidé hors taxes de TF1.

Administrateurs concernés : Messieurs Martin BOUYGUES, Patrick LE LAY, Olivier POUPART-LAFARGE et Michel DERBESSE (depuis le 14 juin 1994).

Paris, le 14 avril 1995

Dominique LEDOUBLE

SALUSTRO REYDEL
Edouard SALUSTRO

TEXTE DES RÉSOLUTIONS

DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ORDINAIRE DU 12 JUIN 1995

PREMIÈRE RÉSOLUTION

(Approbation des comptes)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport de gestion du Conseil d'Administration et du rapport général des Commissaires aux Comptes, les approuve, ainsi que les comptes annuels de l'exercice 1994 comportant le bilan, le compte de résultat et l'annexe, tels qu'ils lui sont présentés. L'Assemblée Générale donne quitus de leur gestion aux Administrateurs.

DEUXIÈME RÉSOLUTION

(Rapport spécial des Commissaires aux Comptes)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions visées aux articles 101 et suivants de la loi du 24 juillet 1966, approuve lesdites conventions et opérations.

TROISIÈME RÉSOLUTION

(Affectation des résultats)

L'Assemblée Générale, après avoir constaté l'existence de bénéfices disponibles après impôts de 842 085 257,24 F, compte-tenu du bénéfice net de l'exercice de 576 361 987,63 F et du Report à Nouveau de l'exercice précédent de 265 723 269,61 F, approuve l'affectation et la répartition suivantes de ces bénéfices, proposées par le Conseil d'Administration :

- Affectation à la Réserve Générale 250 000 000,00 F
- Distribution d'un dividende de 315 000 000,00 F (soit un dividende net de 15 F par action de 10 F valeur nominale, assorti d'un avoir fiscal de 7,50 F)
- Affectation du solde au Report à Nouveau 277 085 257,24 F

Le dividende sera mis en paiement à compter du 30 Juin 1995.

L'Assemblée Générale constate qu'au cours des trois derniers exercices, les dividendes versés au titre des exercices 1991, 1992 et 1993, ont été respectivement de 8 F, 10 F et 12,50 F net par action ; les avoirs fiscaux correspondants ayant été de 4 F, 5 F et 6,25 F.

QUATRIÈME RÉSOLUTION

(Présentation des comptes consolidés)

L'Assemblée Générale prend acte que les comptes consolidés, au 31 décembre 1994, lui ont été présentés et que le rapport du Conseil d'Administration sur la gestion du Groupe est inclus dans le rapport de gestion.

CINQUIÈME RÉSOLUTION

(Ratification de la cooptation d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale ratifie la cooptation de Philippe MONTAGNER, en qualité d'Administrateur, effectuée par le Conseil d'Administration lors de la séance du 23 janvier 1995, pour la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur, soit jusqu'à l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice 1994,

SIXIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur de Martin BOUYGUES, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.



SEPTIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur de Corinne BOUYGUES, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

HUITIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur du CREDIT LYONNAIS, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

NEUVIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur de Michel DERBESSE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

DIXIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur de Patrick LE LAY, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

ONZIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur de Philippe MONTAGNER, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

DOUZIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur d'Etienne MOUGEOTTE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

TREIZIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur d'Olivier POUPART-LAFARGE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

QUATORZIÈME RÉSOLUTION

(Renouvellement du mandat d'un Administrateur)

L'Assemblée Générale renouvelle pour deux années, le mandat d'Administrateur de la SOCIETE GENERALE, qui arrive à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

QUINZIÈME RÉSOLUTION

(Nomination d'un Commissaire aux Comptes titulaire)

L'Assemblée Générale nomme pour six exercices, en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire, Monsieur Jacques VILLARY, demeurant 4, avenue Marceau - 75008 PARIS.

SEIZIÈME RÉSOLUTION

(Nomination d'un Commissaire aux Comptes suppléant)

L'Assemblée Générale nomme pour six exercices, en qualité de Commissaire aux Comptes suppléant, Monsieur Julien MARIN-PACHE, demeurant 4, avenue Marceau - 75008 PARIS.

DIX-SEPTIÈME RÉSOLUTION

(Autorisation d'achat en Bourse pour régulariser le marché)

L'Assemblée Générale, en application de l'article 217-2 de la Loi n°66-537 du 24 juillet 1966, modifié par la Loi n°81-1162 du 30 décembre 1981, autorise la Société à acheter en Bourse ses propres actions, dans la limite de 10 % du capital social, en vue de régulariser leur marché dans les conditions fixées par la loi. Le prix maximum d'achat ne devra pas excéder 600 F par action et le prix minimum de vente 300 F par action. La présente autorisation est donnée pour une durée de dix-huit mois, à compter de ce jour.

En conséquence, tous pouvoirs sont conférés au Conseil d'Administration, lequel pourra les déléguer, à l'effet de passer tous ordres de Bourse, conclure tous accords en vue notamment de la tenue des registres des achats et ventes d'actions, effectuer toutes déclarations auprès de la Commission des Opérations de Bourse et tous autres organismes, remplir toutes autres formalités et, d'une manière générale, faire tout ce qui est nécessaire.

L'Assemblée Générale prend acte de l'intention du Conseil d'Administration d'utiliser, conformément aux dispositions de l'article 217-2 de la loi du 24 juillet 1966, tout ou partie des actions acquises pour consentir des options d'achat d'actions à des salariés ou à des dirigeants de la société ou des sociétés qui lui sont liées.

DIX-HUITIÈME RÉSOLUTION

(Pouvoirs)

L'Assemblée Générale donne tous pouvoirs au porteur d'une copie ou d'un extrait du procès-verbal de la présente Assemblée pour effectuer tous dépôts et formalités où besoin sera.

