

Rapport d'activité 2000

Rapport annuel



2 ORGANIGRAMME DU GROUPE TF1

4 PRINCIPAUX DIRIGEANTS

6 CHIFFRES CLÉS



CQB

Les tomes 1 et 2 (rapport d'activité et rapport financier 2000) forment le Document de Référence.

En application de son règlement 98-01, la Commission des opérations de bourse a enregistré le présent document de référence le 3 avril 2001 sous le numéro R.01-067. Il ne peut être utilisé à l'appui d'une opération financière que s'il est complété par une note d'opération visée par la Commission des Opérations de Bourse.

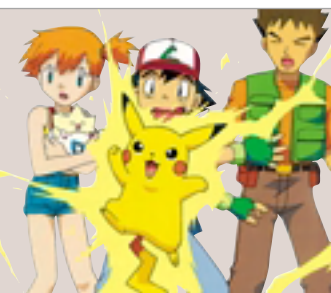
Ce document de référence a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

Cet enregistrement effectué après examen de la pertinence et de la cohérence de l'information donnée sur le situation de la société, n'implique pas l'authentification des éléments comptables et financiers présentés.

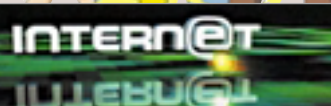




ANTENNE



**ÉDITION
DISTRIBUTION**



INTERNET

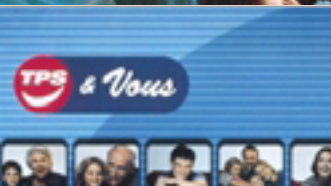


**CHAÎNES
THÉMATIQUES**

EUROSPORT (1991)



**PRODUCTION
ET
DROITS AUDIOVISUELS**



**TÉLÉVISION
NUMÉRIQUE**

Organigramme du Groupe Février 2001

- 100 % ▶ **TF1 Publicité (1987)**
 - ▷ 100 % TF1 Publicité Production (1990)
- 100 % ▶ **Studios 107 (1991)**
- 95 % ▶ **GIE Aphelie (1992)**

- 100 % ▶ **TF1 Entreprises (1989)**
 - ▷ 100 % TF1 Vidéo (1998)
 - ▷ 100 % Cie Internationale de Communication (CIC) (1991)
 - ▷ 100 % Une musique (1988)
 - ▷ 50 % Les Nouvelles Éditions TF1 (1997)
- 100 % ▶ **Téléshopping (1987)**
 - ▷ 100 % Euroshopping (1997)

- 100 % ▶ **e-TF1 (1999)**
- 13 % ▶ **World Online France (1999)**

- 100 % ▶ **Société d'Administration et de Gestion de l'Audiovisuel Sportif (SAGAS)**
 - ▷ 50 % Société Européenne de Télétransmissions Sportives (SETS)
- 100 % ▶ **TF1 Europe**
 - ▷ 100 % Eurosport Sales Organisation (ESO)
 - ▷ 99 % Eurosales
- 100 % ▶ **TV Sport**

- 100 % ▶ **TF1 DIGITAL**
 - ▷ 100 % La Chaîne Info LCI (1994)
 - ▷ 100 % Société d'exploitation de documentaires Odysée (1996)
 - ▷ 50 % TF6 (2000)
 - ▷ 50 % Extension TV - Série Club (2001)
- 22 % ▶ **TV Breizh (2000)**

- 100 % ▶ **TF1 Films Production (1980)**
- 100 % ▶ **Protécra (1990)**
- 73 % ▶ **Groupe Glem SA (1995)**
- 50 % ▶ **Film par Film (1996)**
- 100 % ▶ **TF1 International (1993)**
 - ▷ 49 % Téléma (2000)
 - ▷ 100 % Les Films Ariane (1997)
 - ▷ 100 % Les Films du jour (1999)
 - ▷ 100 % Ciby DA (1998)
- 34 % ▶ **TCM DA (1996)**

- 100 % ▶ **TF1 Développement (1993)**
 - ▷ 25 % Télévision par Satellite (TPS) (1996)
- 22,5% ▶ **Visiowave (2000)**

Les principaux dirigeants

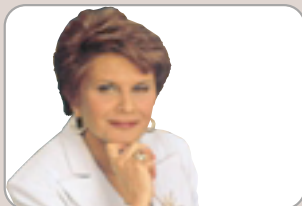
TF1 Direction Générale



■ **Patrick LE LAY**
Président-Directeur Général



■ **Etienne MOUGEOTTE**
Vice-Président
Directeur Général de l'Antenne



■ **Claude COHEN**
Directrice Générale TF1 Publicité

Directions Fonctionnelles

Jean-Michel COUNILLON
Secrétaire Général et Directeur des Affaires Juridiques

Maxime LOMBARDINI
Directeur du Développement

Pierre MARFAING
Directeur des Technologies et des Moyens Internes

Jean-Pierre MOREL
Directeur Général Adjoint
Administration - Finances

Nonce PAOLINI
Directeur Général Adjoint
Relations Humaines et Directeur de la Communication Interne

Direction de l'Antenne

Xavier COUTURE
Directeur de l'Antenne, des Sports et Opérations Spéciales

Guillaume de VERGES
Directeur Général Adjoint de l'Antenne
Directeur des Programmes

Ronald BLUNDEN
Directeur de la Communication

Robert NAMIAS
Directeur de l'Information

Francis WILLIAUME
Directeur Général Adjoint de l'Antenne
Directeur Administratif Financier de la Production

TF1 Publicité

Patrick LE LAY
Président

Claude COHEN
Directrice Générale

Martine HOLLINGER
Directrice Générale Adjointe
Commerciale

Jean-Bernard ICHAC
Directeur Général Adjoint Marketing,
Stratégie et Développement

Jean-Pierre MOREL
Directeur Général Adjoint Fonctionnel

Principales filiales

TF1 Entreprises
Emmanuel FLORENT
 Président

e-TF1
Anne SINCLAIR
 Vice-Présidente

Emmanuel FLORENT
 Directeur Général

TF1 Vidéo
Pierre BROSSARD
 Président

Une Musique
Nadine LAIK-BLANCHARD
 Présidente

Téléshopping
Jean-Pierre MOREL
 Président
Michel KUBLER
 Directeur Général

TF1 Films Production
Etienne MOUGEOTTE
 Président-Directeur Général
Laurent STORCH
 Directeur Général

Groupe Glem
Etienne MOUGEOTTE
 Président-Directeur Général
Gérard LOUVIN
 Directeur Général

Jean-Luc ZBIROU
 Directeur Général Administration
 Finances.

Studios 107
Francis WILLIAUME
 Président

Jean ADAM
 Directeur

TF1 International
Jean-Louis CAPRA
 Président-Directeur Général

Didier SAPAUT
 Directeur Général

Perrine TEZE
 Directeur Commercial

Eurosport
SAGAS
Jean-Pierre MOREL
 Président-Directeur Général

ESO
 Gérant : **SAGAS**

SETS
Patrick LE LAY
 Président-Directeur Général
Jean-Pierre PAOLI
 Directeur Général

EUROSALES
 Gérant : **ESO**

TV Sport
Jean-Pierre PAOLI
 Président-Directeur Général

Jacques BEHAR
 Directeur Général

TF1 Digital
Etienne MOUGEOTTE
 Président-Directeur Général
Serge LAROYE
 Directeur Général

La Chaîne Info
 Gérant : **TF1 Digital**
 représentée par
Etienne MOUGEOTTE
Jean-Claude DASSIER
 Directeur Général

Odyssée
 Gérant : **TF1 Digital**
 représentée par
Gérard CARREYROU,
 Directeur Général

Série Club
Jean d'ARTHUYS
 Président-Directeur Général
Fabrice BAILLY
 Directeur Général

TF6
Jean d'ARTHUYS
 Président-Directeur Général

Fabrice BAILLY
 Directeur Général

TV Breizh
Patrick LE LAY
 Président-Directeur Général

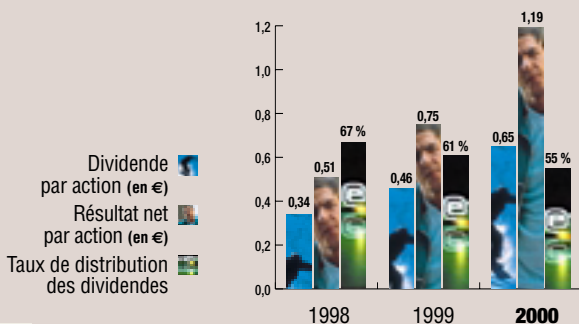
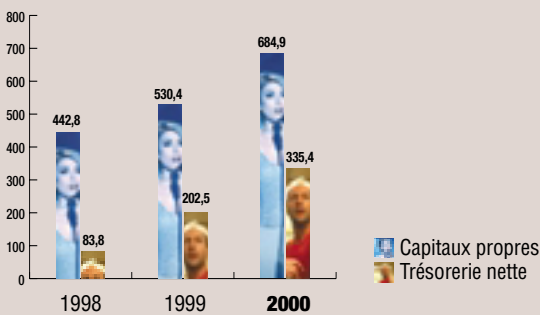
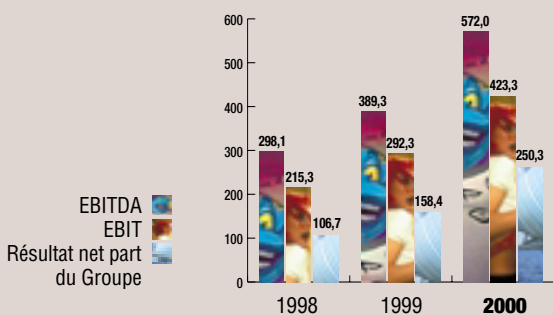
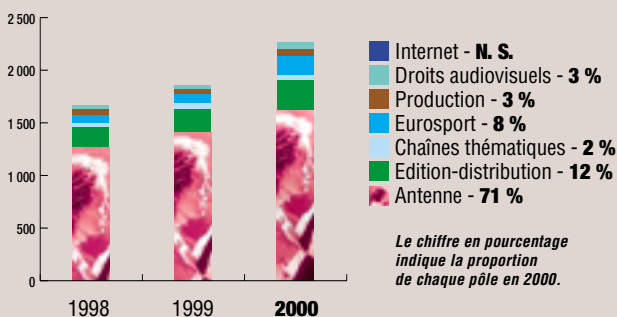
Rozenn MILIN
 Directrice Générale

Télévision Par Satellite
Patrick LE LAY
 Président-Directeur Général

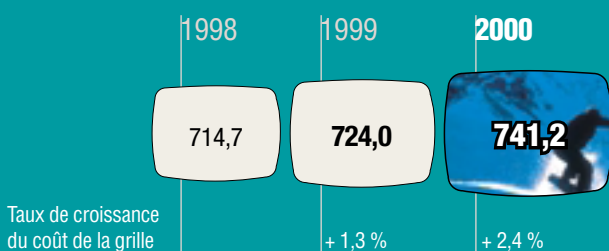
Les chiffres clés de TF1

(Données consolidées en millions d'euros)

Produits d'exploitation



Evolution du coût de la grille



Stocks de programmes et droits de diffusion



Capacité d'autofinancement



Investissements dans la production française



Capitalisation boursière (fin d'année)







10 LETTRE DU PRÉSIDENT

12 PRINCIPAUX
ÉVÉNEMENTS 2000

14 ACTIVITÉS DU GROUPE



INDUSTRIE ASS
CORPORATION
2000

Lettre du Président



Mesdames, Mesdemoiselles, Messieurs, Chers actionnaires,

En 2000, TF1 a connu un exercice exceptionnel au cours duquel son chiffre d'affaires consolidé a progressé de 22,5 % à 2,2 Md€ et son bénéfice net consolidé atteint 250 M€, en hausse de 58 %. Ces bons résultats ne suffisent pas à traduire la vitalité et les succès qu'a connus votre société cette année.

La chaîne TF1, cœur historique du Groupe, représente 71 % de l'activité consolidée. Au cours de l'exercice, elle a conforté sa place de 1^{ère} chaîne française en terme de part d'audience avec plus de 33 %⁽¹⁾ sur les individus de 4 ans et plus, en dépit d'une concurrence accrue des offres thématiques. Sa grille généraliste, riche et diversifiée, a obtenu 91 des 100 meilleures audiences. Le 3 juillet 2000, à l'occasion de la Finale de la Coupe d'Europe de Football, plus de 21⁽¹⁾ millions de téléspectateurs se sont rassemblés sur TF1, audience la plus élevée jamais atteinte par une chaîne de télévision en France !

Comme les années précédentes, votre société a poursuivi sa gestion prudente des coûts de programmes qui n'ont progressé que de 2,4 %.

Les recettes publicitaires, s'appuyant sur de bonnes audiences et une croissance robuste du PIB supérieure à 3 %, ont augmenté de 16,2 %, en progression de plus de 28 % en deux ans. Cet accroissement provient, pour l'essentiel, de secteurs traditionnels, de nouveaux annonceurs en télévision, telles les banques, l'assurance, mais aussi d'annonceurs de la « nouvelle économie ».

La combinaison d'une forte croissance des recettes publicitaires et d'une maîtrise des dépenses a permis

de dégager de nouvelles ressources pour le financement de nos activités de diversification qui représentent désormais 29 % du chiffre d'affaires consolidé.

Pour adapter ses structures au dynamisme de ses nouvelles activités, TF1 se dote d'une organisation par pôles. Désormais, nos chaînes thématiques sont regroupées sous une même entité, TF1 Digital.

Cette stratégie s'est traduite par la prise de contrôle du groupe Eurosport, finalisée en début d'année 2001. Cette acquisition ouvre de nouvelles perspectives, tant pour cette filiale que pour l'ensemble du Groupe TF1 qui devient ainsi l'un des premiers diffuseurs français et européen de sport.

En 2000, TF1 a rejoint l'indice CAC 40, confirmant ainsi la qualité de son titre, et a divisé par dix son nominal afin de favoriser l'actionnariat des « petits porteurs ».

Ces performances sont le fruit du travail, de la créativité et du professionnalisme de nos collaborateurs et de nos partenaires. Ils ont largement contribué aux succès de TF1 et à la création de valeur qui en résulte. Je tiens à les en remercier et les encourager à poursuivre leurs efforts, car les perspectives et les défis qui nous attendent sont à la fois passionnants et complexes.

Notre stratégie de développement s'organise autour de notre métier de base : éditeur de contenus, que ce soit pour la chaîne TF1, notre portefeuille de chaînes thématiques ou encore nos portails Internet. Pour réussir, notre Groupe doit maîtriser les contenus forts au travers de la production, la coproduction ou l'acquisition, et avoir la capacité de les éditer et de les distribuer sur toutes les plates-formes existantes et à venir (en analogique et en numérique), ainsi que d'assurer leur réception sur tous types de terminaux.

(1) Source Médiamat - Médiamétrie



- ① *Sous le soleil*
② *Le grand patron*



C'est pourquoi les objectifs de TF1 s'articulent autour des axes suivants :

Pérenniser la position de la chaîne généraliste

Dans une concurrence vive qui se détermine par des choix thématiques ou des segmentations par l'âge, TF1 doit rester le premier programme français et la chaîne européenne disposant de la plus grande part d'audience sur son marché. Elle poursuit donc sa politique claire qui repose sur les principes suivants : offrir une programmation généraliste, familiale avec une palette diversifiée de produits identifiants ; proposer des programmes exclusifs, inédits et innovants et laisser une large place aux événements et au direct. Elle offre ainsi aux téléspectateurs un programme de qualité et à ses clients annonceurs, des audiences élevées.

Développer l'offre thématique

Après les lancements de TV Breizh et TF6 et l'acquisition, en janvier 2001, de 50 % de Série Club, le Groupe TF1 dispose désormais d'une offre élargie de chaînes thématiques susceptibles de satisfaire la plupart des publics. La prise de contrôle de la totalité du capital d'Eurosport renforce cette position en France et lui donne désormais une dimension pan-européenne, unique parmi les grands diffuseurs européens. En 2001, nous consoliderons les acquis des années précédentes afin d'assurer les fondations d'un développement pérenne de nos offres thématiques.

Renforcer la production de contenus

La maîtrise des contenus reste une des priorités du Groupe. 2001 sera marquée par les succès de la comédie musicale *Roméo et Juliette*, coproduite par Glem, et des coproductions de TF1 Films Production telles que *Le Placard*, *La Vérité si je mens 2* et *Le Pacte des loups*. Pour renforcer notre position, nous regroupons la plupart de nos activités de production et de distribution de droits audiovisuels

au sein de la filiale TF1 International qui a vocation à devenir un acteur important dans ce domaine.

Développer Internet

Après avoir fait de www.tf1.fr, le premier portail « média » de France et de www.eurosport.com, l'un des premiers sites sportifs européens, notre ambition est de transformer ce succès d'audience en réussite financière. La recherche systématique des synergies possibles entre les différentes activités du Groupe, la mise en commun de ressources et une très large distribution des contenus permettront une augmentation significative des recettes et une maîtrise des coûts. A moyen terme, notre ambition est de faire de ces activités des centres de profit à l'instar des autres métiers du Groupe.

Les succès d'hier nous encouragent à poursuivre nos efforts pour renforcer votre société dans tous ses métiers afin de conforter sa position de 1^{er} groupe média français et d'offrir ainsi à tous ses partenaires, téléspectateurs, annonceurs, fournisseurs de programmes et de services, mais également ses actionnaires et ses collaborateurs, de nombreux motifs de satisfaction.

Patrick Le Lay
Président-Directeur Général



1



Principaux événements

- 1 Sandra et les siens
- 2 Les Misérables
- 3 La mascotte de TV Breizh
- 4 Pokémon™



JANVIER

- **Création de e-TF1** (SCS).
- **Lancement du site** « [La Chaîne Vidéo](#) ».
- **Les Pokémon™** débarquent sur TF1 : 156 épisodes° programmés.
- **TF1 migre** l'ensemble de ses systèmes financiers à l'euro.

FÉVRIER

- **Lancement** de [www.tfou.fr](#), site dédié à la jeunesse.
- **Nouveau panel** Médiamétrie intégrant 280 foyers° supplémentaires équipés de réception numérique.

MARS

- **Le cours du titre TF1** atteint son plus haut historique le 6 mars 2000 : 94,2 €.
- **Disque d'or** pour Catherine Lara et son album *Aral*, édité par Une Musique.
- **Naissance du TV Mail** sur TPS : tous les clients de TPS possèdent une adresse e-mail.
- **Triomphe en salles** de *Taxi 2*, co-produit par TF1 Films Production : plus de 10 millions d'entrées et premier succès au box office en France pour 2000.
- **Nouveau contrat** pour TF1 Consulting : LC2, chaîne de télévision privée béninoise.

AVRIL

- **Prise de participation** à hauteur de 49 % dans Téléma, société de production.
- **Signature de l'accord** sur l'aménagement du temps de travail par les trois organisations syndicales majoritaires (USNA-CFTC, SNFORT et CFE-CGC), dans le cadre de l'application de la loi Aubry.

MAI

- **10 mai** : TF1 fait son entrée au sein de l'indice CAC 40.
- **Lancement du site** féminin [www.plurielles.fr](#).
- **TF1 augmente** sa participation dans Eurosport International à 50,5 % et dans Eurosport France à 36 % en rachetant, avec Canal +, les parts d'ESPN.
- **Au MIP**, Etienne Mougeotte annonce des investissements en hausse dans la fiction française et la création de nouveaux héros récurrents : *Mathieu Corot*, *Cévennes*, *Sandra et les siens*, *Fabio Montale*...

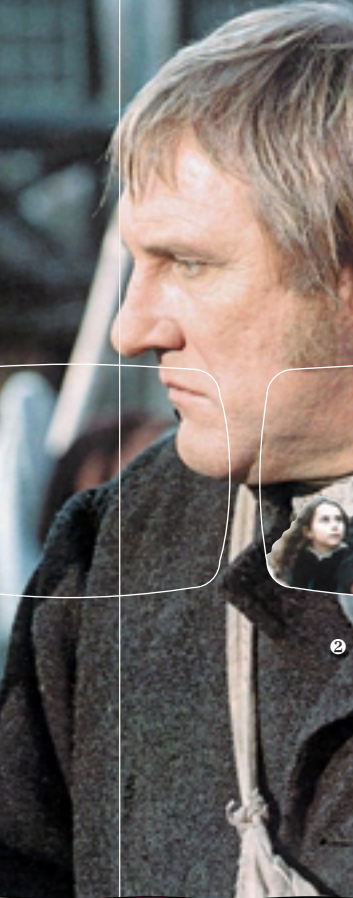


JUIN

- **21 juin** : division par 10 de la valeur nominale de l'action TF1.
- **Lancement** de [www.lci.fr](#), conçu et développé par TF1 Publicité Production.



4



2

Grand succès pour la série
« *Les Misérables* »,
qui réalise une part
d'audience moyenne de

43.8%

Série^(*)
Les Misérables



2



TF6

JUILLET

- **Record d'audience** historique pour TF1 avec la finale de l'Euro 2000 : 21,4 millions d'individus⁽¹⁾, une part d'audience de 77,5 %⁽²⁾.
- **Programmation de *Qui veut gagner des millions* ?**
- **Création** de la holding TF1 Digital afin d'optimiser les synergies entre les chaînes thématiques du Groupe TF1.
- **Acquisition** de 22,5 % du capital de VisioWave, société spécialisée dans l'encodage d'images.

AOÛT

- **Partenariat** signé entre TF1 et Perfect Technologies dans le domaine du Webcast.
- **Les rubriques** du site www.tf1.fr, consacrées à la Bourse et aux sports, deviennent des sites thématiques à part entière.
- **Vote** par le Parlement de la nouvelle loi sur l'audiovisuel.

SEPTEMBRE

- **LCI intègre** les locaux de TF1 à Boulogne, et passe au tout numérique grâce au Process News.
- **TF1 annonce** la création, en partenariat avec M6, de la chaîne TF6.
- **Lancement** de TV Breizh, chaîne régionale généraliste dédiée à la Bretagne.
- **Eurosport retransmet** les Jeux Olympiques de Sydney et lance la chaîne Eurosport News.
- **Succès** pour le film *Les Rivières Pourpres* de Matthieu Kassovitz, coproduit par TF1 Films Production, avec 3,2 millions d'entrées en salles en 4 mois.
- **Lancement** de la nouvelle émission *Sept à Huit*, le dimanche à 19 h, présentée par Thomas Hugues et Laurence Ferrari.

**TV
BREIZH**



3

OCTOBRE

- Aux « Hot Birds TV Awards », **nomination de Shopping Avenue**, parmi les chaînes européennes en compétition, dans la catégorie « interactivité ».
- **Disque de Platine** (300 000 albums vendus) pour la bande originale de la comédie musicale *Roméo et Juliette* coproduite par Glem.
- **Nouvelles régions** pour TF1 Publicité : Koodpo (site internet), LudiTV (service interactif sur TPS).

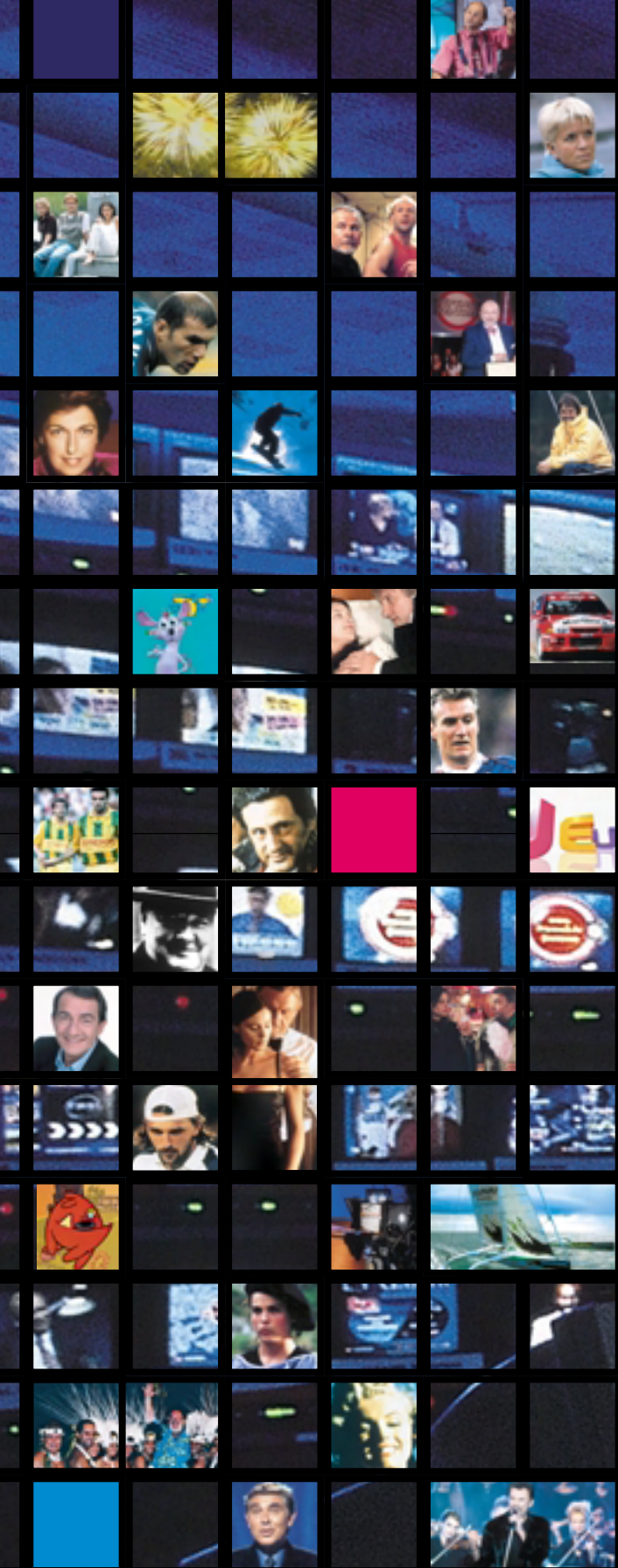
NOVEMBRE

- **Sortie en cassette** et en DVD de *Taxi 2*, distribué par TF1 Vidéo et coproduit par TF1 Films Production.
- **Signature** d'un partenariat industriel et commercial dans les jeux vidéo, avec Titus.
- **LCI ouvre à New York** son premier bureau permanent à l'étranger.

DÉCEMBRE

- **TPS atteint** le million d'abonnés.
- **Lancement de TF6.**

NB : Les informations suivies du symbole (*) ont fait l'objet d'un test de concordance par les Commissaires aux Comptes, à la demande de la COB. Les informations suivies du symbole (**) ne sont pas couvertes par l'avis des Commissaires aux Comptes.



- ① Julie Lescaut
- ② Ecran TPS, service interactif
- ③ Qui veut gagner des millions ?
- ④ Ruth Elkrief
- ⑤ Bob et Scott



Activités du Groupe

Le Groupe TF1 (Télévision Française 1) est l'un des principaux acteurs de l'audiovisuel européen. La chaîne TF1 est la chaîne la plus regardée en France, avec plus de 33 %⁽¹⁾ de parts d'audience sur les individus de 4 ans et plus. Elle est distribuée sur l'ensemble du territoire français par voie hertzienne, sur les réseaux câblés (analogiques et numériques) et sur TPS (plate-forme satellite numérique). Ses programmes sont diffusés 24 h/24.

TF1 s'appuie sur un métier traditionnel très solide pour décliner son savoir-faire autour de ses cinq pôles de diversification :

- Les chaînes thématiques avec Eurosport, Eurosport News, LCI, Odyssée, Shopping Avenue, TV Breizh, Série Club et la dernière-née TF6,
- Les activités Internet du Groupe (portail et contenus) à travers e-TF1 et le site www.eurosport.com.
- La télévision payante à travers une participation de 25 % dans le bouquet satellite TPS, éditeur et distributeur de programmes numériques et de services interactifs.
- La production, l'acquisition et la vente de droits audiovisuels.
- L'édition et la distribution de cassettes vidéo, DVD et CD musicaux, l'exploitation de services télématiques et de services liés à la commercialisation de produits sous licence TF1, le télé-achat.

Grâce à plus de vingt filiales opérationnelles, TF1 s'assure une présence forte dans l'ensemble des activités du secteur des média et des sources de revenus récurrents au travers des métiers situés en amont et en aval de la filière audiovisuelle.

Le Groupe TF1 distribue ses contenus sur tous les supports (chaîne généraliste, thématiques, Internet, minitel, Personal Digital Assistant, téléphone mobile, cassette vidéo, DVD, CD musicaux) afin d'élargir son public et de bénéficier de nouvelles recettes. Il s'appuie pour cela sur la marque TF1, une des premières marques françaises en terme de notoriété.

(1) Source Médiamat - Médiamétrie

Activités du Groupe



① Vincent Lagaf' - ② Le Pari



L'Antenne

Une télévision du direct, de l'exclusif et de l'événement

Première chaîne généraliste française, TF1 articule sa programmation autour des grands thèmes qui séduisent un large public. De l'information au divertissement, en passant par le cinéma, la jeunesse, le sport ou encore les magazines et les documentaires, TF1 offre à ses téléspectateurs une programmation dynamique et conviviale, en permanence adaptée à leurs attentes.

Face à l'émergence d'une concurrence qui se détermine par des choix thématiques ou des segmentations par l'âge, TF1 garde son statut de chaîne généraliste vivante, de grand média fédérateur et innovant. La puissance de TF1 réside dans sa capacité à ancrer des rendez-vous forts de programmation, ainsi que dans la diversité et la richesse de son offre.

Son succès s'est depuis plusieurs années fondé sur une politique claire qui repose sur des principes constants :

- offrir une programmation généraliste et familiale, avec une large palette de produits très identifiants,
- proposer des programmes exclusifs, inédits et innovants,
- laisser une large place aux événements et au direct.

L'information

L'information constitue la colonne vertébrale de la grille des programmes et contribue à établir l'identité de la chaîne. Forte d'une rédaction de plus de 220 journalistes°, d'une organisation familiarisée aux technologies numériques les plus avancées, TF1 mobilise ses équipes rapidement pour couvrir, analyser et proposer un traitement complet de l'information à son public.

Les éditions de 13 heures et 20 heures rassemblent en moyenne 6,7 et 8,3 millions de téléspectateurs chaque jour, soit 51 % et 40 % des individus âgés de 4 ans et plus (source Médiamétrie).

Mais l'information sur TF1, c'est aussi des magazines d'investigation permettant d'approfondir et d'enrichir des sujets d'actualité : *Reportages*, *Le Droit de Savoir*, et *Sept à Huit* lancé cette année avec succès, et une interview politique hebdomadaire avec *Répondez-nous*, qui redonne ses lettres de noblesse au débat public.

Fictions

Parmi les programmes les plus appréciés du public figurent les œuvres de fiction française spécialement tournées pour la télévision.

Si *Julie Lescaut*, *Navarro*, *Une femme d'honneur*, *Les Cordier* ou *Commissaire Moulin* demeurent les séries de télévision plébiscitées par les Français, TF1 a su démontrer la richesse, la diversité et la vitalité de sa production de fictions françaises avec des séries récurrentes comme *Le grand patron*, *Un homme en colère*, *Joséphine Ange Gardien* ou *Les Bœuf-carottes*.

TF1 poursuivra avec la même ambition sa politique de développement de fictions événementielles avec des castings prestigieux, comme elle l'a fait avec *Les Misérables*.

Magazines et divertissements

Axe éditorial clé de la grille des programmes, le divertissement est largement présent sur TF1. Dans ce domaine, la chaîne offre des émissions conviviales de variété, d'humour, et de nombreux jeux aux concepts inédits, comme le phénomène télévisuel *Qui veut gagner des millions* ?

La politique d'innovation et de renouvellement initiée par la chaîne sur les divertissements a permis d'installer de nouveaux formats comme *Y'a pas photo*, *L'émission des records* en prime-time, *C'est quoi l'amour ?* ou *Confessions intimes* en deuxième partie de soirée.

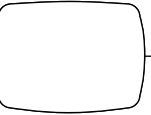
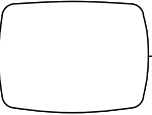


1

- 1 Alexandra Kazan
- 2 Jean-Pierre Foucault
- 3 Thomas Hugues et Laurence Ferrari
- 4 Christophe Dechavanne



2



Les Pokémon™ et Franklin

Jeunesse

Véritable chaîne dans la chaîne, à destination du public des 4-10 ans, TF! Jeunesse propose aux enfants un large choix de séries animées de qualité, innovantes et divertissantes, d'origine française et internationale. *Pokémon™*, *Digimon*, *Hé Arnold*, *Beethoven*, ou encore *Rocket Power*, constituent la grande famille des dessins animés à succès, qui assurent à TF1 un leadership incontesté dans ce domaine. Et TF1 développe, via sa filiale Protécra, de plus en plus de coproductions en matière de programmes dédiés à la jeunesse.

Diffusés principalement le mercredi, samedi et dimanche, les programmes jeunesse de TF1 bénéficient d'un habillage moderne et interactif, et sont désormais relayés par le site www.tfou.fr.

Sports

L'offre de programmes sportifs de TF1 s'appuie sur les sports les plus plébiscités par les téléspectateurs : le football et la Formule 1.

Les exclusivités en clair de la Ligue des Champions, de la Coupe de France, et de l'Equipe de France de football, confèrent à la programmation footballistique de TF1 un caractère toujours aussi exceptionnel et consolide la place privilégiée de TF1 au sein du football national.

L'émission *Auto-Moto* quant à elle, retrace l'actualité hebdomadaire des sports mécaniques, tandis qu'en parallèle, l'ensemble des grands prix de Formule 1 sont diffusés en direct sur l'Antenne.



5



6



7



8



9

Cinéma

TF1 demeure aussi la chaîne des grandes exclusivités du cinéma diffusées en clair. En matière de 7^{ème} art, TF1 propose deux grandes soirées de cinéma par semaine, le mardi et le dimanche, avec des longs métrages français et internationaux. En diffusant de nombreux films inédits à la télévision, TF1 s'affirme comme une chaîne proche de son public et de ses attentes.

Le maintien de cette stratégie fondée sur des programmes exclusifs, événementiels et innovants, alliée à une maîtrise du coût de la grille, donne à l'Antenne de TF1 une position exceptionnelle pour les années à venir.

- 5 Dallas
- 6 Joséphine Ange Gardien
- 7 Thuram
- 8 Will et Grace
- 9 Le Pic de Dante

Activités du Groupe

Régie publicitaire

« One to many », « One to few » et « One to one », autant de façons de décliner des communications publicitaires grâce aux supports en régie chez TF1.

La chaîne TF1 est, plus que jamais, un support permettant aux marques d'acquies rapidement la visibilité et la notoriété recherchées dans des communications de masse.

Les chaînes de complément permettent d'affiner ces communications en s'adressant à des publics ciblés dans des environnements spécifiques. TF1 Publicité assure aujourd'hui la régie d'une offre complète de chaînes thématiques, avec LCI (chaîne d'information en continu), Odyssée (chaîne documentaire), Teletoon et Cartoon Network (chaînes jeunesse), Shopping Avenue (chaîne de télé-achat), KTO (chaîne religieuse), TV Breizh (chaîne régionale) et enfin TF6 (chaîne généraliste pour les jeunes adultes).

Internet s'affirme comme un média à part entière, reconnu par les annonceurs pour ses qualités de ciblage et de personnalisation et pour les multiples formes de communication offertes par ce support interactif. Outre les sites thématiques hébergés sous le portail généraliste www.tf1.fr (comme Les News, Tfou, Plurielles, La Bourse, Les Sports, Winamax), TF1 Publicité est également régisseur des sites de LCI, TF1 Vidéo, Explorimmo, FcomFootball, KTOTV, Koodpo ou encore TF6 et *Aventures sur le net*.

L'interactivité se met également au service de la communication télévisuelle, en permettant aux annonceurs de créer une relation personnalisée avec le téléspectateur. L'interactivité en télévision, c'est la possibilité pour un annonceur de s'associer à un support interactif (Météo Express, le guide des programmes, Ludi TV) et de mettre en place des publicités interactives (à partir des chaînes en régie chez TF1 Publicité et diffusées sur TPS).

TF1 Publicité, en capitalisant sur son savoir-faire, continue d'enrichir son offre publicitaire et permet ainsi à ses annonceurs de trouver le support et la forme de communication les plus adaptés à leur problématique.

- 1 Les 101 dalmatiens
- 2 Téléshopping
- 3 Tukuleur
- 4 Emile et Images
- 5 M.I-2
- 6 Le 13^{ème} guerrier

Edition-Distribution

Le pôle Edition-Distribution, qui intègre la musique, la vidéo, le « merchandising », la télématique, ou encore le télé-achat, constitue la première diversification du Groupe TF1. En représentant 12,5 % des produits d'exploitation, ce pôle s'affirme comme une activité fondamentale du Groupe.

TF1 Entreprises

TF1 Entreprises regroupe les activités suivantes :

- La Télématique qui conçoit, édite et distribue des contenus et des services liés notamment aux émissions de l'Antenne et destinés aux Minitel et Audiotel ainsi qu'aux mobiles et à Internet ;
- TF1 Licences qui commercialise des licences de marques auprès des industriels (*Ushuaïa...*) et auprès des éditeurs pour des magazines pour enfants (*TF! Mag...*)
- TF1 Consulting qui vend à l'international l'expérience de TF1 à travers des missions de conseil auprès d'opérateurs de chaînes de télévision et de plates-formes satellitaires.



TF1 Vidéo

TF1 Vidéo, premier éditeur du marché français en 2000 (source SEV), a vu son activité se développer fortement depuis sa création : au-delà de la grande distribution et des réseaux de distribution traditionnels, TF1 Vidéo propose depuis 1997 plusieurs gammes de produits vidéo et multimédia en kiosque, et a lancé en 1999 un site Internet dédié : www.tf1video.fr.

Avec un catalogue de plus de 3 000 titres°, TF1 Vidéo couvre tous les genres, du film au sport en passant par la jeunesse. Parmi ses récents succès : *Taxi 2*, la série *Pokémon™*, *Le 13^e guerrier...*, et les réussites des années précédentes : *Seven*, *La vie est belle*, ou le catalogue classique René Château Vidéo : « la mémoire du cinéma français ».

TF1 Vidéo décline également ses plus grands succès sous format DVD et possède déjà un catalogue de plus de 180 titres°. Ce nouveau support numérique, s'est affirmé en 2000 comme un véritable relais de croissance, puisqu'il représente déjà 24 % des volumes vendus sur le marché français (source SEV).

Une Musique

Filiale d'édition musicale et de production phonographique de TF1, Une Musique exploite un catalogue exclusif de projets novateurs. Une Musique mise sur des artistes confirmés pour étendre son activité au développement de jeunes talents de toutes origines, artistes nationaux ou à potentiel international.

Téléshopping

Téléshopping est le leader* des opérateurs de télé-achat en France. Le volume de ses commandes expédiées progresse pour la douzième année consécutive. La centrale d'achat des produits est intégrée dans la structure de Téléshopping, tandis que la gestion des commandes et la distribution physique sont sous-traitées. Téléshopping envoie près de 2 millions de colis par an°.

Les activités de cette filiale s'articulent autour des émissions diffusées, le matin sur TF1, du lundi au samedi, autour des 8 millions de catalogues° envoyés cette année, qui ont fédéré plus d'un million° de clients actifs, et autour du site Internet dédié, créé en 1997. Plus de 35 000 commandes° ont été enregistrées en 2000 sur ce site prometteur en matière de commerce électronique et déjà rentable.

Au travers de ses filiales Téléshopping et Shopping Avenue, le Groupe TF1 a développé un véritable savoir-faire dans la vente par correspondance (gestion d'un catalogue, délai de livraison, qualité des produits...). Cette expertise est maintenant proposée sur Internet (www.teleshopping.com et www.shoppingavenue.com) et constitue un atout remarquable pour le développement du e-commerce dans le Groupe.



Production

Premier investisseur dans la production française parmi les chaînes en clair avec 18 milliards de francs engagés depuis sa privatisation, TF1 s'affirme comme l'un des grands acteurs du paysage audiovisuel européen, et comme l'un des principaux soutiens du 7^{ème} art.

De par son cahier des charges, TF1 a l'obligation de consacrer une part de son chiffre d'affaires publicitaire net à la coproduction d'œuvres cinématographiques francophones (3 %), et d'œuvres audiovisuelles francophones (15 %).

TF1 ne se limite cependant pas à cette obligation puisque le Groupe poursuit sa politique active d'achat d'œuvres de qualité, capables de fédérer de fortes audiences et de constituer un catalogue de programmes à vocation internationale.

TF1 Films Production

Chaque année, TF1 Films Production coproduit une quinzaine de longs métrages. Elle acquiert ainsi des droits de diffusion destinés à TF1 et des parts coproducteur lui donnant droit aux recettes générées par l'exploitation des films.

Depuis 1988, TF1 Films Production a investi 2,2 milliards de francs dans le cinéma français à travers la coproduction de 217 films°, dont 58 ont dépassé un million d'entrées° en salles en France, avec cette année : *Taxi 2* (10,3 millions de spectateurs), *Les Rivières Pourpres* (3,2 millions), *Jet set* (1,9 million) et *Meilleur espoir féminin* (1,2 million) (source *Le Film Français* - 26 janvier 2001).

Glem

Glem, filiale détenue à 73 %, a développé un savoir-faire reconnu dans la production de spectacles et d'émissions de divertissement pour la télévision. Parmi ces programmes, on compte :

- de grands succès de l'Antenne comme *Sans aucun doute* ou *Succès* qui sont devenus des émissions régulières ;
- de nombreuses spéciales comme *Starmania*, *La Cérémonie de Remise des 7 d'Or* ou encore *Miss France*.

Glem produit des spectacles comme celui d'Anthony Kavanagh ou d'André Rieu, ou encore la comédie musicale *Roméo et Juliette*.

Glem, via sa filiale dédiée à l'édition musicale Baxter, édite l'album *Roméo et Juliette*.

Protécra

Cette filiale est spécialisée dans la production de dessins animés en 2 dimensions (*Paddington...*), en 3 dimensions (*Bob & Scott...*) mais aussi dans les films d'animation (*La Peur du Loup...*).



2

- 1 Les Rivières Pourpres
- 2 Meilleur espoir féminin
- 3 Roméo et Juliette
- 4 Jack et Marcel
- 5 Taxi 2
- 6 Jet set



5



Droits audiovisuels

TF1 Publicité Production (TPP)

Cette entité réalise et produit des bandes-annonces, des films publicitaires ou de parrainage. Elle produit et réalise également des programmes courts de l'Antenne comme *Du côté de chez vous* ou *HyperNet*.

TPP fait aussi évoluer depuis 1996 ses activités vers le multimédia en proposant la réalisation de publicités interactives et de supports de publicité sur Internet ainsi que des créations complètes de sites se positionnant ainsi comme une authentique « Web agency ».

Studios 107

Basés à la Plaine Saint-Denis, les Studios 107 commercialisent leurs prestations techniques auprès de producteurs d'émissions de divertissement (variétés, jeux...) et de télé-achat. A leur actif, on compte la réalisation et l'assistance technique de nombreuses émissions de TF1 comme *Le Bigdil*, *Le Juste Prix*, ou *Y'a pas photo* et également la production exécutive des émissions de Téléshopping et Shopping Avenue.

Depuis août 1999, les Studios 107, en collaboration avec la Direction Technique de TF1, accueillent également les émissions de sport telles que *Auto-Moto*, *Téléfoot* et *La Ligue des Champions*. Les Studios 107 produisent aussi *Ushuaïa Nature*, l'émission de découverte avec Nicolas Hulot, et *52 Sur la Une*, le magazine des grands reportages.

TF1 International

L'activité de TF1 International s'articule autour de deux axes principaux :

- 1) la coproduction avec des partenaires étrangers de plusieurs longs métrages par an (*Vercingétorix*, *Suspicion...*). Elle travaille également étroitement avec Film par Film et Téléma, autres filiales de production cinématographique du Groupe TF1.
- 2) la distribution à l'international de droits audiovisuels récents et de catalogues (films, fictions, séries, dessins animés, documentaires...).

TF1 International et ses filiales disposent d'un catalogue prestigieux comptant plus de 600 longs métrages^o, parmi lesquels figurent des films récents (*Golden Bowl*, *Druïds...*) et des grands classiques (*Et Dieu créa la Femme*, *Le Salaire de la Peur*, *Fanfan la Tulipe*, *La Leçon de Piano...*).

Ce catalogue est enrichi régulièrement grâce à l'acquisition de productions européennes et américaines.

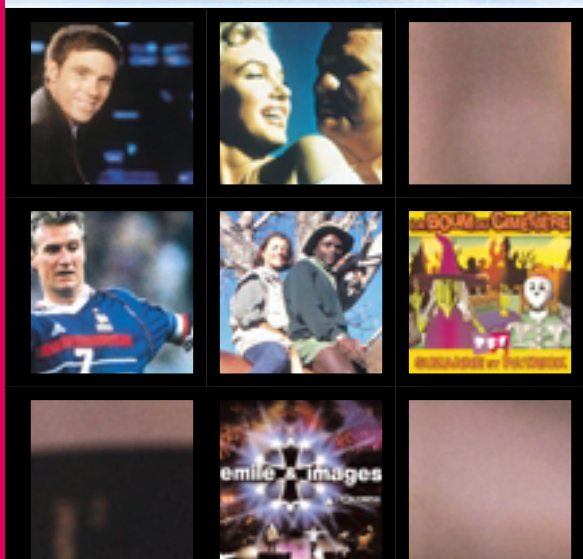


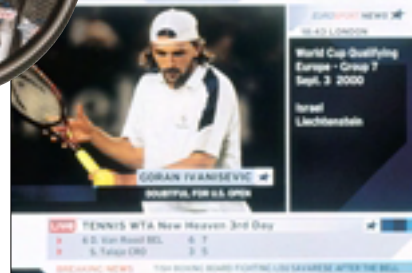
6

CHAÎNES THÉMATIQUES

Dans un contexte de concurrence accrue et d'émiettement de l'audience, dû à l'augmentation constante de l'offre de télévision payante, il est nécessaire pour un éditeur de programmes de développer des chaînes à forte valeur ajoutée sur des thèmes porteurs.

Autour de la chaîne généraliste, le Groupe s'est doté de chaînes thématiques de qualité sur des thèmes fédérateurs tels que le sport, l'information, le divertissement, les documentaires et le télé-achat. Fin 2000, le Groupe compte déjà à son actif le lancement réussi de 7 chaînes thématiques, et a pris une participation dans une huitième. D'une qualité éditoriale saluée par les téléspectateurs, les chaînes thématiques de TF1 ne sont pas un substitut à la chaîne hertzienne, mais au contraire un relais d'information et de divertissement.





- 1 Maier
- 2 Athlétisme
- 3 Deschamps
- 4 Eurosport News

Eurosport

Eurosport est la chaîne sportive numéro un en Europe. Présente dans 54 pays°, elle est diffusée en 17 versions linguistiques° (91 % des téléspectateurs reçoivent Eurosport dans leur propre langue*). Eurosport touche plus de 92 millions de foyers° et bénéficie d'une couverture réseau de plus en plus importante : elle est présente sur 19 plates-formes° satellites numériques.

Eurosport confirme sa position de leader des chaînes pan-européennes. Selon la dernière enquête TGI Europa parue en décembre 2000, « Eurosport est la chaîne la plus regardée en Europe sur toutes les références (journée, semaine, mois et année) ».

Son succès repose sur un double concept de programmes variés et de qualité, dont Eurosport privilégie la diffusion en direct ou en première diffusion (4 100 heures « fraîches » dont 50 % en direct)°. Environ 70 % du budget° d'Eurosport est consacré à l'achat de droits ou à la production.

Les revenus d'Eurosport proviennent de deux sources principales : les abonnements qui progressent grâce à la hausse du nombre d'abonnés et au développement des plates-formes satellites en Europe, et la publicité fortement corrélée cette année à l'Euro 2000 et aux Jeux Olympiques de Sydney.

La chaîne diffuse plus de 6 300 heures° de programmes qui couvrent une centaine de sports différents, aussi variés que le football, l'athlétisme, les sports mécaniques ou le snowboard.

Eurosport enrichit son offre au travers d'Eurosportnews, la chaîne d'informations sportives, et de www.eurosport.com, son site Internet. La combinaison des trois supports forme ainsi une plate-forme multimédia unique.

Trois mois après son lancement en septembre 2000, la chaîne Eurosportnews est diffusée en trois langues (anglais, polonais, turc) et reçue par 3 millions° de foyers numériques dans 30 pays° européens. La chaîne propose tous les quarts d'heure un bulletin d'information suivi d'un magazine avec, en continu, différentes zones d'informations mises à jour en temps réel.

Le site Internet www.eurosport.com, destiné aux internautes recherchant des informations sportives et du divertissement, permet d'avoir accès à toutes les dernières nouvelles sportives, les agendas, les résultats, les jeux... Le site est actuellement disponible en six langues (anglais, allemand, français, italien, espagnol et suédois). Pour l'année 2000, l'ensemble des sites locaux (chacun ayant sa propre adresse) ont enregistré en moyenne près de 15 millions de pages vues° par mois.

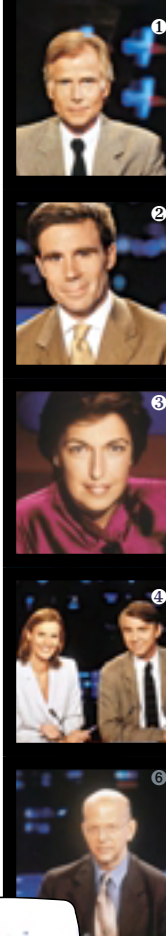
LCI : Toute l'actualité tient en 3 lettres

Un peu plus de 6 ans après son lancement, LCI s'est imposée dans le paysage des thématiques comme la chaîne de référence en matière d'information continue. En décembre 2000, la chaîne compte plus de 3,6 millions° d'abonnés.

LCI, forte de 236 collaborateurs°, produit 55 éditions° par jour et reçoit plus de 5 000 invités* par an...

24 heures sur 24, LCI donne la priorité absolue au direct dès que l'actualité l'exige grâce à une grille de programmes souple qui s'articule autour de rendez-vous d'information réguliers (le permanent de 6 h à 9 h, le 12/14 h, le 18 h, le Grand Journal à 19 h et le 22 h/Minuit) et de débats, « talks show », ou magazines (Le Club LCI, Psycho Philo, LCA, 100 % Politique...).

LCI a rejoint courant 2000 le siège de sa maison mère à Boulogne, ce qui lui permet de bénéficier pleinement des synergies découlant de ce rapprochement. Lié au déménagement, le passage au tout numérique a été un succès en terme de réactivité et de productivité.



Odyssee

Lancée en 1996 et diffusée sur le câble et TPS, Odyssee est l'une des premières chaînes documentaires du câble et satellite. Elle propose, 16 heures° par jour, des sujets très variés sur la nature, les sciences, les pays et les peuples méconnus. Du rêve et de l'aventure...

Au 31 décembre 2000, Odyssee compte 1,6 million° d'abonnés.

Par ailleurs, Odyssee a coproduit 86 programmes en 2000°, ce qui lui permet de diffuser des documentaires français inédits de qualité.

Odyssee dispose également d'un site Internet, www.odyssee.com, permettant d'obtenir un résumé des documentaires diffusés par la chaîne et d'en découvrir la programmation.

Shopping Avenue

Présente sur TPS et le câble, Shopping Avenue est une chaîne de télé-achat en continu, qui propose un moyen simple et moderne de s'adonner au lèche-vitrine.

Shopping Avenue offre le plaisir de l'achat conjugué au confort et à la liberté. Chaque jour, de nouveaux produits sont proposés, ainsi que des services inédits : bénéficier d'une réserve d'argent, s'offrir une nouvelle parure, choisir ses vacances...

La grille de Shopping Avenue est constituée d'une quinzaine de thématiques, comme l'émission *La Tribu*, avec des produits familiaux, ou *Grandeur Nature* qui propose de redécouvrir les saveurs et produits du terroir.

- ① Pierre-Luc Seguilion
- ② David Pujadas
- ③ Ruth Elkrief
- ④ Mélanie Gambier
Jean-Louis Caffier
- ⑤ Odyssee
- ⑥ Patrick Buisson



Activités du groupe

Chaînes thématiques...

Les nouvelles chaînes



TF6 : la « Télé Très Télé »

La dernière-née des chaînes thématiques du groupe, lancée en décembre 2000 en partenariat avec M6, est une chaîne mini-généraliste diffusée sur TPS.

Tout en affichant clairement sa volonté de s'adresser au plus grand nombre, TF6 propose une programmation riche et moderne, avec de nouveaux concepts d'émissions comme *Aventures sur le Net*, ou *Sexe sans complexe*, une offre cinéma puissante et grand public (*The Mask*, *Casino*, *Un monde parfait*), et une offre de séries exclusives et inédites (*Wasteland*, *Angel*, *Cold Feet*...).

TF6 propose également une version modernisée du Top 50 et diffuse de nombreux clips musicaux.

Chaîne ambitieuse, TF6 s'est donnée pour objectif de fédérer un public en quête de programmes innovants et inédits et de devenir une chaîne de référence de la nouvelle offre télévisuelle.

Le site www.tf6.fr rend cette chaîne interactive et encore plus proche de son public, en lui donnant notamment la possibilité de dialoguer avec les participants du jeu *Aventures sur le Net*.



TV Breizh

En septembre 2000, TF1 lance TV Breizh, première chaîne française de télévision régionale à diffusion nationale, en partenariat avec de grands partenaires français et internationaux.

TV Breizh est consacrée à la Bretagne, aux pays celtiques et à la mer. Elle se veut l'écho d'une Bretagne vivante et active, moderne et ouverte, créative et chaleureuse.

C'est une chaîne généraliste qui diffuse toute la journée (de 7h30 à 0h30) tous les types de programmes présents sur les chaînes nationales : cinéma, fictions, talk-shows, magazines, documentaires, musiques, sports (du foot en direct en 2001), programmes jeunesse, etc.

Elle diffuse essentiellement en français, mais une partie des programmes est également proposée simultanément en breton grâce à un double canal son.

Disponible sur les offres de base des deux bouquets satellitaires TPS et Canalsatellite (sans supplément d'abonnement) et sur la plupart des réseaux câblés de France, TV Breizh a bénéficié, dès son démarrage, d'une très grande couverture : au 31 décembre 2000, elle est déjà reçue par 2,7 millions° de foyers.



La Télévision Par Satellite

TF1 participe à la révolution numérique en France à travers sa participation de 25 % dans TPS, la Télévision Par Satellite, qui a atteint en décembre 2000 un million de foyers° abonnés en réception directe par satellite, quatre ans seulement après sa création.

Depuis son lancement, TPS a réussi à conquérir près d'un nouvel abonné sur deux sur le marché français de la télévision numérique payante par satellite.

Une nouvelle chaîne thématique tous les deux mois

Avec TPS, les téléspectateurs peuvent aujourd'hui découvrir 160 chaînes°, réunissant toutes les chaînes généralistes nationales, 4 chaînes de cinéma°, 30 chaînes thématiques°, 78 chaînes internationales° et 40 services interactifs°, mais aussi un bouquet de 47 radios en son numérique°.

En 2000, l'offre s'est enrichie de 6 nouvelles chaînes thématiques : TF6, la mini-généraliste lancée le 18 décembre, TV Breizh, Game One, i-Télévision, Paris Première et Libertytv.com.

TPS éditeur de chaînes à succès

Le succès de TPS reste principalement fondé sur ses chaînes cinéma, Cinéstar 1, Cinéstar 2, Cinétoile et Cinéfaz, regroupées au sein de l'offre TPS Cinéma. Les chaînes cinéma sont également commercialisées sur les principaux réseaux câblés, et comptaient plus de 150 000 abonnés° à la fin de l'année 2000. Avec 2,3 % de part d'audience sur les 4 ans et plus, TPS Cinéma constitue la 1^{ère} offre cinéma du câble et du satellite⁽¹⁾. TPS Cinéma a également participé au financement de nouveaux longs métrages tels que *Le Prince du Pacifique* d'Alain Corneau, et *La Vérité si je mens 2* de Thomas Gilou.

(1) Source Audiacsats - Médiamétrie, mars 2000 - (2) 24 000 Multimédia - ISL - Médiamétrie, mars 2000 - (3) Taylor Nelson Sofres - septembre 2000

Côté football, TPS diffuse un match exclusif de Championnat de France de D1 sur TPS Foot (*Jour de Match*), et six autres matchs sont proposés sur Superstades en paiement à la séance.

Les chaînes Infosport, information sportive en continu, et Teletoon, la chaîne de dessins animés, sont aujourd'hui reçues par 1,7 million de foyers° par satellite et sur le câble. Pour la 3^{ème} année consécutive, Teletoon reste la chaîne la plus regardée par les enfants (4-10 ans) dans tous les foyers initialisés câble et satellite⁽¹⁾.

TPS éditeur de services interactifs

Depuis sa création, TPS a mis à l'antenne plus de 150 services permanents ou événementiels* sur des thèmes aussi variés que le jeu, l'information, la communication, le T-Commerce et le marketing électronique, la banque à domicile et le courtage en ligne.

2000 a constitué un tournant pour la Télévision Interactive : le 22 mars, TPS a créé le premier service e-mail à la télévision (Le TV Mail).

En novembre, TPS et le PMU ont lancé un service grand public avec des applications inédites pour s'informer sur l'univers des courses, s'entraîner et parier.

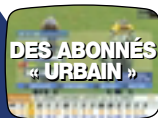
Les différents services sont désormais regroupés dans un portail unique baptisé TPS Interactif pour un accès plus rapide et plus direct.

Par ces nouveaux services, TPS crée de nouveaux flux de revenus en exploitant les possibilités offertes par les technologies numériques.

70 % ont moins de 50 ans
42 % ont moins de 35 ans



73 % habitent dans des communes de moins de 100 000 habitants



46 % ont un micro-ordinateur,
23 % ont accès à Internet à domicile (2)



cinéma,
la 1^{ère} motivation d'abonnement,
38 % des abonnés sont séduits par l'interactivité (vs 25 % mars 98),
88 % des abonnés utilisent les services interactifs (3).



850 permanents*,
moyenne d'âge inférieure à 29 ans.



TPS en chiffres

Source Baromètre BVA, novembre 2000



e-TF1 conçoit, produit et édite des contenus et services multimédia, aujourd'hui agrégés sur le portail Internet www.tf1.fr, premier site média français. Le Groupe développe ainsi une expertise dans l'édition interactive, source de synergies et de complémentarités avec ses activités de diffusion ou de distribution.



Le portail www.tf1.fr

www.tf1.fr est aujourd'hui un portail Internet généraliste offrant une large gamme de contenus et de services spécifiques à ce nouveau média sur lesquels le Groupe TF1 dispose d'une légitimité et de ressources éditoriales. Le site offre les fonctionnalités propres à un portail et représentatives des typologies d'usage des internautes français : communication, contenus et commerce. La communication regroupe les fonctionnalités de communautés (« mail », forums, « chats », sondages et dialogues) et de recherche (annuaire, moteur de recherche). Ces fonctionnalités font l'objet de sites thématiques spécifiques au sein du portail tout en étant distribuées sur l'ensemble de l'offre. L'offre de contenus s'articule sur des sites thématiques, spécialisés dans des domaines d'intérêt très demandés par les internautes (information, sports, cinéma, bourse, télévision, webcams, mobiles, jeux, services), ou ciblés sur des segments démographiques nécessitant une offre éditoriale précise (jeunesse avec [tfou](http://tfou.fr) ou femmes avec [femmes](http://femmes.fr)).

L'exhaustivité de cette offre, généraliste et pluri-thématique, permet de proposer à des annonceurs une exposition publicitaire à la fois large et ciblée. Enfin, en terme de commerce, tf1.fr a mis en place un dispositif (galerie marchande et blocs shopping) permettant de commercialiser une visibilité garantie à des partenaires marchands.

L'audience du site

tf1.fr a considérablement augmenté son audience sur l'ensemble de l'année 2000. Le site a multiplié par 3 son nombre de visites (43 millions sur l'ensemble de l'année) et par 5 son nombre de pages vues (372 millions) (source : Cybermétrique - Médiamétrie).

L'exploitation des synergies intra-groupe

e-TF1 développe son offre Internet en coordination avec les autres activités du Groupe TF1. Les interactions entre la chaîne et le site sont de plus en plus nombreuses, Internet permettant d'offrir aux internautes – téléspectateurs des contenus associés aux émissions diffusées. Ainsi, le site thématique « ma télé » est entièrement consacré aux programmes, aux émissions et à l'univers de l'Antenne TF1. De la même manière tfou.fr, le site jeunesse de tf1.fr, permet aux jeunes téléspectateurs de retrouver leurs personnages favoris sur Internet. Le site information Les News offre un éclairage sur l'actualité, complémentaire aux éditions de TF1, tout en proposant les journaux télévisés indexés moins d'une heure après leur diffusion.

tf1.fr, première offre vidéo du Web français

Le développement des technologies de « streaming » généralise l'usage des contenus vidéo sur Internet. Capitalisant sur les ressources audiovisuelles du Groupe et développant des modules spécifiques à Internet, tf1.fr référence aujourd'hui plus de 15 000 vidéos* sur le site, soit plus de 6 000 heures* de programmes. e-TF1 a par ailleurs développé une écriture éditoriale pionnière dans le domaine de la vidéo sur Internet avec le « rich media ». Cette technique qui permet d'enrichir un module vidéo en l'indexant et en l'enrichissant d'informations contextuelles (textes, sons, liens hypertexte), autorise le développement de contenus à valeur ajoutée exploitant pleinement l'interactivité du média Internet.



① www.tf1.fr
② The Truman Show





Média familial et généraliste, TF1 considère que, par-delà sa vocation de diffuseur, elle doit prendre une part active à la promotion d'actions d'intérêt général.

L'engagement de TF1 passe d'abord par le respect de ses téléspectateurs pour lesquels elle a adopté la signalétique informative dans ses programmes. Par ailleurs, les émissions pour enfants diffusées sur TF1 sont soumises aux jugements de psychologues et les émissions susceptibles de les choquer sont précédées de message d'information à destination de leurs parents.

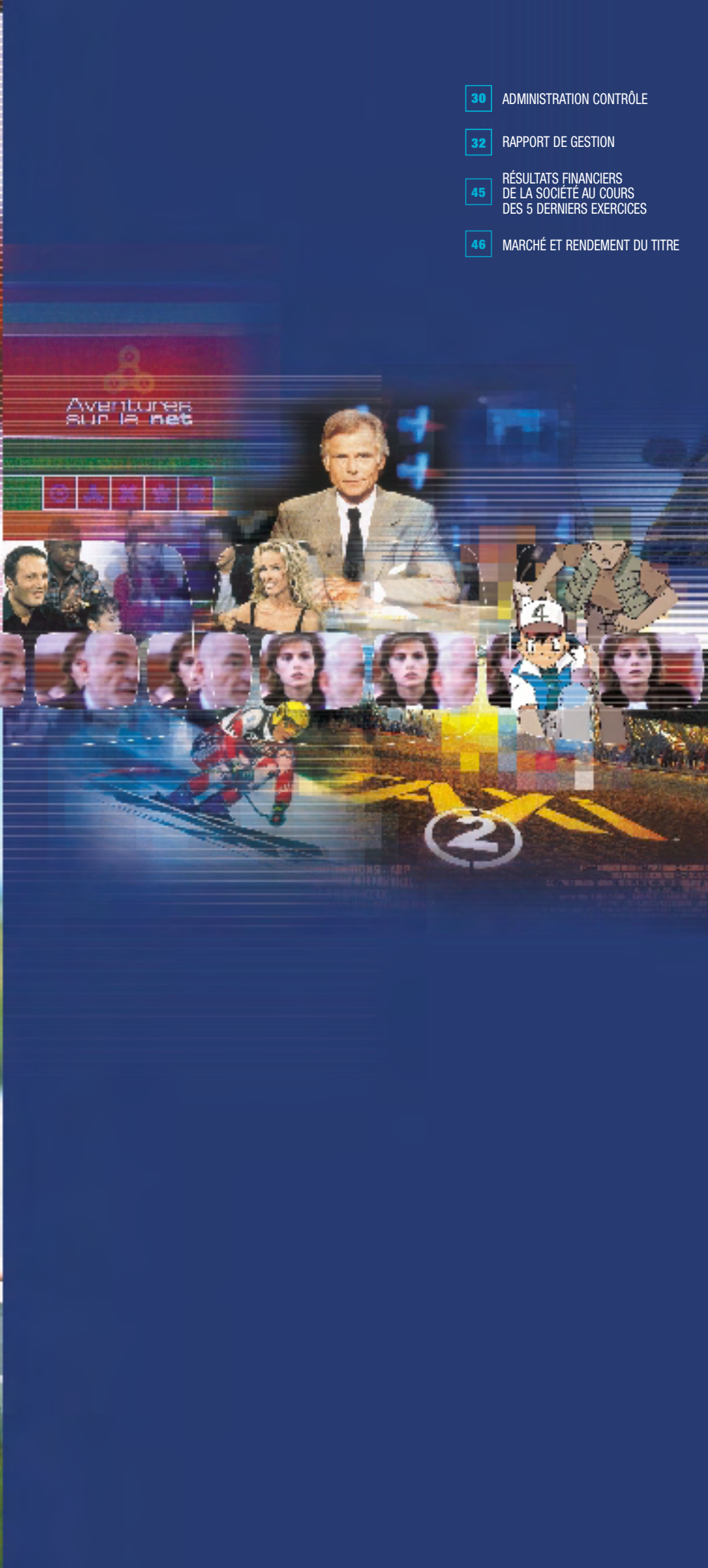
Prenant délibérément parti pour des projets solidaires, TF1 s'est associée à plusieurs grandes causes. En 2000, TF1 a reconduit l'opération « Pièces jaunes » qui permet la collecte de fonds destinés à l'amélioration des soins et des services prodigués aux enfants hospitalisés. En donnant un large écho sur son Antenne à cette opération parrainée par David Douillet, TF1 a contribué à la levée de 44 MF (6,7 M€) l'équivalent de 1 100 tonnes de petite monnaie.

Outre cette opération emblématique, TF1 a offert un nombre important de ses espaces publicitaires à des œuvres caritatives telles que l'Association Française des Diabétiques, le Mouvement Village Enfants, la Fédération Française de Cardiologie ou encore Sida info service. En 2000, TF1 a consacré l'équivalent de 0,5 % de son chiffre d'affaires publicitaire à des œuvres ou au soutien de grandes causes en offrant à ces associations des espaces

publicitaires. Enfin, comme TF1 s'y était engagée, le solde des profits tirés des appels passés par les téléspectateurs qui souhaitaient participer à « *Qui veut gagner des millions ?* » a été versé à la Fondation de France.

Respecter ses téléspectateurs, ouvrir son Antenne, promouvoir des projets généreux et programmer des émissions informatives pour accélérer les levées de fonds en faveur de la recherche, sont autant de missions qui font de TF1 une entreprise responsable et solidaire.





30 ADMINISTRATION CONTRÔLE

32 RAPPORT DE GESTION

45 RÉSULTATS FINANCIERS
DE LA SOCIÉTÉ AU COURS
DES 5 DERNIERS EXERCICES

46 MARCHÉ ET RENDEMENT DU TITRE

Administration, contrôle

Composition du Conseil d'Administration (février 2001)

et la liste des principaux mandats des administrateurs

Patrick LE LAY

Président-Directeur Général de TF1

Nommé Administrateur de TF1, le 17 avril 1987

- Administrateur de la société Bouygues SA
- Administrateur de la société Colas SA
- Président de la société TF1 Publicité SASU
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société SETS SA
- Président-Directeur Général de la société Télévision Par Satellite Gestion SA
- Représentant légal du gérant TF1 auprès de la société e-TF1 SCS
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société TV Breizh SA

Martin BOUYGUES

Président-Directeur Général de Bouygues

Nommé Administrateur de TF1, le 1^{er} septembre 1987

- Administrateur / Président-Directeur Général de la société Bouygues SA
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société SCDM SA
- Administrateur de la société ACTIBY

Claude COHEN

Directrice Générale de TF1 Publicité

Cooptée Administrateur de TF1, le 7 octobre 1997

- Gérante de la société TF1 Publicité Production SARL

Etienne MOUGEOTTE

Vice-Président de TF1

Nommé Administrateur de TF1, le 12 janvier 1991

- Administrateur / Président-Directeur Général de la société Groupe Glem SA
- Représentant permanent de la société Groupe Glem auprès de la société Glem SA
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société TF1 Films Production SA
- Administrateur de la société Film par Film SA
- Représentant permanent de la société TF1 auprès de la société Télévision Par Satellite Gestion SA
- Représentant légal de la société TF1 Digital gérant de la société LCI SCS



Patricia BARBIZET

Directeur Général de la société Artémis

Cooptée Administrateur de TF1, le 12 juillet 2000

- Administrateur / Directeur Général de la société Artémis SA
- Membre du Conseil de Surveillance de la société Pinault-Printemps-Redoute SA
- Membre du Conseil de Surveillance de Conforama SA
- Administrateur de Rexel SA
- Administrateur de la FNAC SA
- Représentant permanent de la société Artémis auprès de la société Bouygues

Michel DERBESSE

Directeur Général de Bouygues

Nommé Administrateur de TF1, le 19 janvier 1994

- Administrateur / Directeur Général de la société Bouygues SA
- Administrateur de la société SCDM SA
- Administrateur de la société Bouygues Construction SA
- Administrateur de la société Colas SA
- Représentant Permanent de la société Bouygues auprès de la Société d'Aménagement Urbain et Rural SA
- Administrateur de la société Bouygues Immobilier SA
- Administrateur de la société Bouygues Offshore SA
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société Fiduciné
- Membre du Directoire / Président du Directoire de la société Ciby 2000

Philippe MONTAGNER

Directeur Général Télécommunications de Bouygues

Nommé Administrateur de TF1, le 23 janvier 1995

- Administrateur de la société Bouygues SA
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société Bouygues Télécom SA
- Administrateur / Président-Directeur Général de la société Infomobile SA
- Administrateur de la Société d'Aménagement Urbain et Rural SA
- Administrateur de la société ETDE SA

Olivier POUPART-LAFARGE

Directeur Général Economie et Finances de Bouygues

Nommé Administrateur de TF1, le 17 avril 1987

- Administrateur de la société Bouygues SA
- Administrateur de la société Bouygues Télécom SA
- Représentant permanent de la société Bouygues auprès de la société Bouygues Construction SA
- Représentant permanent de la société Bouygues auprès de la société Bouygues Travaux Publics SA
- Représentant permanent de la société Bouygues auprès de la société Bouygues Bâtiment SA
- Administrateur de la Société d'Aménagement Urbain et Rural SA
- Représentant permanent de la société Bouygues auprès de la société Bouygues Immobilier SA
- Représentant permanent de la société Bouygues auprès de la société Bouygues Offshore SA



Gouvernement d'entreprise

Le Conseil d'Administration de TF1 s'est réuni cinq fois en 2000. Parmi les 12 membres du conseil, siègent deux administrateurs représentant le personnel ainsi que trois femmes. Il n'existe pas de droit de vote double : une action égale une voix.

Les jetons de présence, dont l'enveloppe s'élève à 198 000 euros, sont attribués à hauteur de 50 % au titre de la responsabilité des administrateurs et de 50 % en fonction de la présence aux séances du Conseil.

Le Conseil fait appel à un comité de rémunération qui a pour mission de faire toute proposition en vue de fixer la rémunération annuelle à allouer à Monsieur Patrick LE LAY, ainsi que les prestations de services mises à sa disposition.



Alain POUYAT

Directeur Général Informatique
et Technologies Nouvelles de Bouygues
Coopté Administrateur de TF1, le 18 mars 1998

- Administrateur de la société Bouygues SA
- Administrateur de la société ETDE SA
- Administrateur de la société C2S SA
- Représentant permanent de la société Bouygues auprès de la société Infomobile

SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

Représentée par **Philippe Citerne**, Directeur Général de la Société Générale depuis le 19 novembre 1997
Nommée Administrateur de TF1, le 18 octobre 1991

Mandats exercés par la Société Générale

- Administrateur de la société Silic SA
- Administrateur de la société Fimatex SA
- Membre du Conseil de Surveillance de la société Siparex SA
- Membre du Conseil de Surveillance de la société Accor SA

Jean-Pierre PERNAUT

Administrateur Représentant du Personnel
élu le 23 février 1988

Corinne CHEVRETON

Administrateur Représentant du Personnel
depuis le 30 juin 1997

Commissaires aux comptes

Titulaires

Cabinet SALUSTRO REYDEL

8, avenue Delcassé, 75008 Paris
Date de premier mandat
Assemblée Générale du 14 janvier 1988
Date de fin de mandat
Assemblée Générale statuant sur les comptes 2004

Jacques VILLARY

Tour Framatome, 92084 Paris La Défense Cedex 16
Date de premier mandat
Assemblée Générale du 12 juin 1995
Date de fin de mandat
Assemblée Générale statuant sur les comptes 2000

Suppléants

Jean-Louis MULLENBACH

8, avenue Delcassé, 75008 Paris
Date de premier mandat
Assemblée Générale du 14 janvier 1988
Date de fin de mandat
Assemblée Générale statuant sur les comptes 2004

Julien MARIN-PACHE

Tour Framatome, 92084 Paris La Défense Cedex 16
Date de premier mandat
Assemblée Générale du 12 juin 1995
Date de fin de mandat
Assemblée Générale statuant sur les comptes 2000

La plupart des Administrateurs ont été renouvelés pour deux années lors de l'Assemblée Générale Mixte du 7 mai 1999. Alain POUYAT a été renouvelé lors de l'Assemblée Générale Mixte du 18 avril 2000. Jean-Pierre PERNAUT et Corinne CHEVRETON ont été réélus Administrateurs Représentants du Personnel en 2000.

Rapport de gestion du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale mixte du 15 mai 2001

(Partie Ordinaire)

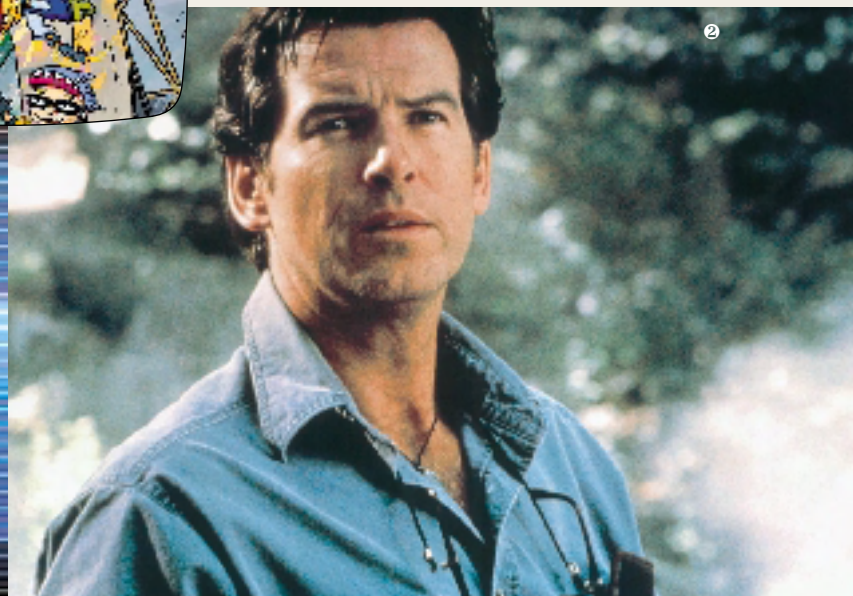
Mesdames, Messieurs,

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 2000 et vous exposer
la situation de la société
et ses perspectives d'évolution.

Les comptes annuels de l'exercice 2000
sont présentés, comme chaque année,
à la fois pour le Groupe TF1 (comptes consolidés)
et pour la société mère, Télévision Française 1.



- ① Rocket Power
- ② Le Pic de Dante
- ③ Jet Set
- ④ Election Miss France



1. ACTIVITÉ ET RÉSULTATS 2000

1.1 LE GROUPE

En 2000, les produits d'exploitation du groupe TF1 s'élèvent à 2 270,3 M€, en progression de 22,4 %. A périmètre comparable (Eurosport International consolidé à 50,5 % et TV Sport consolidé à 36 %), la croissance des produits d'exploitation aurait été de 19,9 %.

Les recettes publicitaires de la chaîne principale affichent une forte progression de 16,2 %. TF1 bénéficie à la fois d'un environnement économique porteur : la consommation des ménages est en hausse de 5 % (source Insee) et le moral des Français atteint son niveau le plus élevé depuis 1987 (date de création de l'enquête - source Insee), ainsi que d'une forte demande de la part de nouveaux annonceurs, notamment ceux des secteurs Internet et Téléphonie.

Les produits d'exploitation des activités de diversification et divers augmentent de 38,9 %. A périmètre comparable (Eurosport International consolidé à 50,5 % et TV Sport consolidé à 36 %), la croissance de ces produits d'exploitation aurait été de 29 %.

L'année 2000 est une année de croissance pour la plupart des activités du Groupe TF1 :

- TF1 Vidéo est portée par la saga *Pokémon*,
- les activités de production et droits audiovisuels bénéficient du succès des films *Taxi 2*, *Jet Set*, *Les Rivières Pourpres*, *Under Suspicion*, *Golden Bowl...*,
- l'activité des chaînes thématiques est soutenue par la forte croissance liée au développement des offres de télévision payante en France et en Europe, par la bonne performance publicitaire, par la création de nouvelles chaînes : TV Breizh (détenue à 22 %) et TF6 (50 %) et par le renforcement de TF1 dans le capital d'Eurosport avec le rachat des parts d'ESPN (mai 2000).

Cette année encore, TF1 a montré sa capacité à maîtriser son coût de la grille, avec une hausse contrôlée de 2,4 %.

La croissance du chiffre d'affaires, conjuguée à un contrôle strict des coûts, permet au Groupe de générer un résultat d'exploitation de 423,3 M€, réalisant ainsi une marge d'exploitation de 18,6 %, en amélioration de 2,9 points par rapport à 1999.

Le résultat financier s'élève à 18 M€.

Sous l'effet principal de la réduction des pertes de TPS de 16 %, la quote-part des pertes des sociétés mises en équivalence est en diminution de 12,9 %.

Le résultat net part du groupe est en progression de 58 % à 250,3 M€.

La trésorerie du Groupe TF1, en hausse de 19,7 %, atteint 345,2 M€ au 31 décembre 2000. Les capitaux permanents atteignent 896,3 M€ et le total bilan est de 2 142 M€.





En 2000, la contribution des sociétés du Groupe aux produits d'exploitation et au résultat net consolidés est la suivante :

CONTRIBUTIONS AUX PRODUITS D'EXPLOITATION CONSOLIDÉS ⁽¹⁾

(en millions d'euros)	2000	1999 Pro forma	1998 Pro forma
ANTENNE	1 619,0	1 406,2	1 262,1
TF1 SA	1 587,5	1 377,3	1 245,2
TF1 PUBLICITE	10,7	10,7	1,8
SYALIS	-	-	-
TF1 PUBLICITE PRODUCTION	7,1	7,5	6,7
STUDIOS 107	13,7	10,7	8,4
GIE APHELIE	-	-	-
SWONKE	-	-	-
EDITION DISTRIBUTION	282,9	227,7	194,4
TF1 ENTREPRISES	22,9	16,2	13,3
TF1 VIDEO	163,7	100,9	81,0
CIC	8,4	5,5	6,3
RCV	0,1	-	0,3
UNE MUSIQUE	10,1	28,1	28,5
TELE-SHOPPING	74,1	74,9	63,0
EUROSHOPPING	3,1	1,5	0,8
Sté NOUVELLES EDITIONS TF1	0,5	0,6	1,2
CHAINES THEMATIQUES	54,1	50,5	39,5
TF1 DIGITAL ⁽²⁾	-	-	-
LCI	46,2	44,4	35,8
TV BREIZH ⁽³⁾	-	-	-
ODYSSEE	7,7	6,1	3,7
TF6	0,2	-	-
EUROSPORT	175,9	88,1	77,4
INTERNET	4,1	-	-
e-TF1	4,1	-	-
PRODUCTION	65,6	48,8	50,6
TF1 FILMS PRODUCTION	17,4	15,9	19,1
PROTECREA/BANCO PRODUCTION	1,2	1,8	4,6
FILM PAR FILM	7,2	17,7	12,0
GROUPE GLEM	29,3	13,4	14,9
TELEMA	10,5	-	-
DROITS AUDIOVISUELS	68,7	33,3	38,3
TF1 INTERNATIONAL	56,4	22,9	31,6
TCM	-	-	-
GROUPE ARIANE	7,4	6,3	6,1
CIBY DA	2,8	2,4	0,6
FILMS DU JOUR	2,1	1,7	-
TV NUMERIQUE	-	-	-
GROUPE TPS ⁽³⁾	-	-	-
TF1 DEVELOPPEMENT	-	-	-

Total

2 270,3

1 854,6

1 662,3

CONTRIBUTIONS AU RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ ⁽¹⁾

(en millions d'euros)	2000	1999 Pro forma	1998 Pro forma
ANTENNE	271,4	166,5	114,0
TF1 SA	266,9	171,3	116,5
TF1 PUBLICITE	4,1	0,7	1,5
SYALIS	3,6	(1,3)	0,6
TF1 PUBLICITE PRODUCTION	0,2	(0,2)	0,2
STUDIOS 107	0,4	(0,1)	0,3
GIE APHELIE	(3,8)	(4,4)	(5,1)
SWONKE	-	0,5	-
EDITION DISTRIBUTION	15,0	17,1	10,3
TF1 ENTREPRISES	4,4	3,3	3,7
TF1 VIDEO	8,2	7,5	2,6
CIC	-	0,2	0,1
RCV	0,1	0,2	-
UNE MUSIQUE	(0,7)	2,6	1,7
TELE-SHOPPING	4,9	5,0	4,0
EUROSHOPPING	(1,9)	(1,7)	(1,8)
Sté NOUVELLES EDITIONS TF1	-	-	-
CHAINES THEMATIQUES	(0,6)	(0,8)	(3,8)
TF1 DIGITAL ⁽²⁾	(0,4)	-	-
LCI ⁽³⁾	1,7	-	(2,4)
TV BREIZH	(0,8)	-	-
ODYSSEE ⁽³⁾	0,4	(0,8)	(1,4)
TF 6 ⁽³⁾	(1,5)	-	-
EUROSPORT	3,4	3,3	3,8
INTERNET	(18,6)	-	-
e-TF1	(18,6)	-	-
PRODUCTION	2,0	1,7	1,2
TF1 FILMS PRODUCTION	0,7	0,8	1,2
PROTECREA/BANCO PRODUCTION	-	(0,3)	(1,5)
FILM PAR FILM	-	-	-
GROUPE GLEM	1,7	1,2	1,5
TELEMA	(0,4)	-	-
DROITS AUDIOVISUELS	(2,2)	(7,0)	(0,2)
TF1 INTERNATIONAL	(0,9)	(2,0)	1,7
TCM	(1,5)	(1,5)	0,9
GROUPE ARIANE	3,5	(0,8)	(0,4)
CIBY DA	(0,2)	(2,4)	(2,4)
FILMS DU JOUR	(3,1)	(0,3)	-
TV NUMERIQUE	(20,1)	(22,4)	(18,6)
GROUPE TPS	(30,6)	(36,3)	(31,6)
TF1 DEVELOPPEMENT	10,5	13,9	13,0

Total

250,3

154,4

106,7

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

(2) TF1 Digital, créée en 2000, porte les titres LCI, Odyssee et TF6.

(3) TV Breizh et le groupe TPS sont consolidés par mise en équivalence.

(1) La différence avec les résultats sociaux provient essentiellement des retraitements dans les comptes consolidés, des amortissements dérogatoires, des provisions et de l'impôt différé.

(2) TF1 Digital, créée en 2000, porte les titres LCI, Odyssee et TF6.

(3) LCI, Odyssee et TF6 étant des sociétés en commandite simple, l'économie d'impôt correspondante (respectivement de 0,7 M€ en 2000 pour TF6, de 0,3 M€ et 0,6 M€ en 1999 et 1998 pour Odyssee et de 0,9 M€ en 1998 pour LCI) apparaît dans la contribution de TF1 Digital pour 2000 et de TF1 SA pour 1998 et 1999.

L'Antenne⁽¹⁾

En 2000, la consommation télévisuelle a battu des records historiques en atteignant des niveaux inégalés depuis la mise en place du panel Médiamat en 1989. La consommation quotidienne de télévision des individus âgés de 4 ans et plus s'est élevée à 193 minutes contre 189 minutes en 1999, soit une progression de 4 minutes⁽¹⁾. La progression est encore plus spectaculaire auprès des femmes de moins de 50 ans (196 minutes en 2000 contre 189 minutes en 1999)⁽¹⁾.

Cette augmentation s'explique notamment par l'intégration, depuis le 28 février 2000, des foyers équipés d'une réception numérique dans le panel Médiamat. Comme prévu, cette modification a entraîné une hausse de la consommation télévisuelle et une baisse mécanique des parts d'audience des chaînes généralistes au profit des « Autres TV ».

Dans un contexte concurrentiel accru, TF1 a défendu sa position de leader en 2000. Avec 33,4 %⁽¹⁾ des individus âgés de 4 ans et plus et 35,9 %⁽¹⁾ des femmes de moins de 50 ans, TF1 obtient des résultats conformes aux objectifs de l'année.

En obtenant 91 des 100 meilleures audiences en 2000⁽¹⁾, la chaîne démontre l'attachement des téléspectateurs à ses programmes.



Sport : l'année du record sur TF1

À l'issue d'une compétition qui a passionné les Français, un record historique d'audience a été battu, le dimanche 2 juillet 2000, lors de la finale France-Italie de l'Euro 2000 : 21,4 millions de téléspectateurs ont vibré sur TF1 à la victoire de l'équipe de France. C'est la plus forte audience jamais enregistrée – tous programmes confondus – depuis l'instauration du Médiamat par Médiamétrie.

La signature avec la Fédération Française de Football du renouvellement de l'exclusivité des matchs de l'équipe de France et de la Coupe de France consolide la place privilégiée de TF1 au sein du football national.

TF1 inscrit 11 retransmissions de football parmi les 100 meilleures audiences de l'année 2000.

TF1 demeure la chaîne des grandes exclusivités du cinéma diffusées en clair.

28 longs métrages diffusés sur TF1 figurent dans le palmarès des 100 meilleures audiences de l'année 2000, soit une forte progression par rapport à l'an passé (20 films sur TF1 en 1999). Avec 12 millions de téléspectateurs, *Taxi* gagne la course. Parmi les cinq meilleures audiences de l'année, on retrouve ainsi 3 films français (*Taxi*, *Les Bronzés font du ski*, *Le pari*) et 2 films américains (*Independence Day*, *Le Pic de Dante*).

⁽¹⁾ Dallas

⁽²⁾ Les Castors allumés

Les fictions de TF1 sont plus que jamais une valeur sûre de la chaîne, avec 42 téléfilms parmi les 100 meilleures audiences de 2000.

Aux côtés des héros récurrents plébiscités par le public : *Julie Lescaut*, *Navarro*, *Joséphine Ange Gardien*, *Cordier juge et flics*, *Les Bœufs-carottes*, sans oublier l'événement constitué par la diffusion des 4 épisodes des *Misérables*, de nouveaux pilotes de séries, aux intrigues résolument contemporaines, sont venus enrichir l'offre de TF1 et ont connu un succès très prometteur en 2000 : *Femmes de loi*, *Sandra et les siens* avec Philippine Leroy-Beaulieu, *Mathieu Corot* avec Michel Boujenah, *Le grand patron* avec Francis Huster.

TF1 : le renouvellement au service des divertissements

Qui veut gagner des millions ? est, sans conteste, le phénomène télévisuel de l'année 2000. A concept exceptionnel, programmation exceptionnelle : pour la première fois de son histoire, TF1 a modifié sa logique de programmation du samedi en proposant deux rendez-vous pour ce jeu : à 19 h puis à 21 h. Cela a contribué à rendre la diffusion *Qui veut gagner des millions ?* encore plus événementielle.

Jeunesse : l'année Pokémon™

Pour les enfants, l'an 2000 restera marqué par le lancement des *Pokémon™*, dont l'audience sur TF1 a battu des records. Ce succès sans précédent (en moyenne 66 %⁽¹⁾ de parts d'audience auprès des enfants de 4 à 10 ans) confirme le leadership de TF1! Jeunesse dans sa programmation à destination du public des 4-10 ans.

Enfin, l'information occupe toujours une place de choix

Le succès des éditions d'information des journaux télévisés présentés par Patrick Poivre d'Arvor, Claire Chazal et Jean-Pierre Pernaut ne se dément pas. Le journal de 13 heures de TF1 rassemble chaque jour en moyenne 6,7 millions de téléspectateurs, soit 51 % des individus âgés de 4 ans et plus. Le journal de 20 heures rassemble chaque jour en moyenne 8,3 millions de téléspectateurs, soit 40 % des individus âgés de 4 ans et plus⁽¹⁾.

La rentrée 2000 a été marquée par le double pari réussi du lancement du magazine *Sept à Huit*, présenté par Thomas Hugues et Laurence Ferrari dans la tranche difficile du dimanche à 19 h, et de l'interview politique hebdomadaire de Patrick Poivre d'Arvor. *Répondez-nous* diffusé le mardi à 20 h 30 redonne ses lettres de noblesse au grand débat public en réunissant en moyenne 8,6 millions de téléspectateurs.

Chaîne vivante et réactive, TF1 noue une relation privilégiée avec le public. Face à l'augmentation mais également à l'émission de la concurrence, la puissance de TF1 réside dans sa capacité à ancrer des rendez-vous forts de programmation, ainsi que dans la diversité et la richesse de son offre. Le maintien de cette stratégie fondée sur des programmes exclusifs, événementiels et innovants, alliée à une maîtrise effective du coût de la grille, donne à l'Antenne de TF1 une position exceptionnelle pour les années à venir.

(1) Source Médiamat - Médiamétrie



La régie publicitaire

Stimulé par le dynamisme de l'économie (hausse de 3,2 % du produit intérieur brut, source Insee), de la consommation des ménages (croissance de 5 % de la consommation en produits manufacturés, source : Insee) et la forte demande du secteur Télécommunication, le marché publicitaire pluri-média enregistre à nouveau une forte augmentation avec une progression de 9,6 % sur l'année 2000 (source Sécodip).

Les investissements publicitaires bruts réalisés en télévision nationale progressent de 6,1 % (source Sécodip). Le média Télévision a notamment bénéficié de l'augmentation de la consommation télévisuelle et, à l'instar des autres médias, de l'arrivée de nouveaux secteurs annonceurs comme les Télécommunications, sous l'impulsion de la téléphonie fixe et mobile et d'Internet.

Dans cet environnement porteur, les recettes publicitaires nettes de TF1 progressent de 16,2 % à 1 570,9 M€, soit une progression de plus de 28 % en 2 ans, alors que le taux moyen pondéré d'augmentation des recettes publicitaires entre 1989 et 1998 est de 5,9 %.

Cette excellente performance s'analyse en deux temps : un premier semestre en forte hausse de 18,4 % et un second semestre en hausse de 13,9 %, affichant une hausse plus modérée des investissements publicitaires de la part de l'ensemble des annonceurs et plus particulièrement du secteur Télécommunication.

Du côté des chaînes thématiques, le marché augmente de 80 % sur l'année 2000. Ce marché reste concentré autour des chaînes les plus regardées : 10 chaînes thématiques rassemblent environ 70 % des investissements publicitaires (base chiffres déclarés par les chaînes).

Les recettes de la régie publicitaire de TF1 liées aux chaînes thématiques sont en hausse de 97 %.

Loin de cannibaliser le marché des chaînes généralistes, les chaînes thématiques participent à l'ouverture et à l'expansion du marché. Elles sont maintenant reconnues comme de véritables supports de communication par les annonceurs, leur permettant de toucher une cible plus précise.

Les activités de diversification

En 2000, les produits d'exploitation générés par les activités de diversification et divers du Groupe TF1 progressent de 39 % à 699,4 M€, sous l'impulsion de l'ensemble des activités du groupe et du changement de périmètre du groupe Eurosport.

Il n'y a pas eu, dans un passé récent, d'interruption d'activités susceptible d'avoir une incidence significative sur la situation financière ou sur les résultats de TF1.

N.B. : l'activité des filiales de TF1 est analysée ci-contre 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.



- ① Odysée
- ② Emma Baya
- ③ LCI
- ④ Tour de France (Eurosport)



4



L'Edition / Distribution

TF1 Entreprises

Le chiffre d'affaires de TF1 Entreprises s'élève à 27,5 M€, en hausse de 43 %. Cette croissance provient à la fois des droits dérivés qui bénéficient de l'« effet Pokémon™ », avec plus de 34 licences° vendues en France et de la télématique sous l'impulsion du jeu *Qui veut gagner des millions ?*.

Le résultat net du pôle est en hausse de 93 % à 13,9 M€.

TF1 Vidéo (y.c. CIC et RCV)

Le marché de la vidéo progresse de 18 % en France en 2000, dynamisé par le succès du format DVD qui représente déjà 24 % des unités vendues (source SEV).

Grâce au succès des titres *Pokémon™* (plus de 3 millions de cassettes vendues°), *Taxi 2* (environ 1,5 million d'unités vendues°) et de la forte progression des ventes de DVD, TF1 Vidéo affiche une hausse de 58 % de son chiffre d'affaires sur l'année 2000 et une progression de 14,8 % de son résultat net.

TF1 Vidéo atteint la place de 1^{er} éditeur° vidéo en France (source SEV), avec 16,1 millions d'unités vendues°.

Une Musique

L'année 2000 a été marquée par la concentration accrue des ventes au sein de la grande distribution et par la montée en puissance de la piraterie. Le marché stagne autour de 154 millions d'unités vendues (source S.N.E.P.).

Pour Une Musique, l'année 2000 est une année de transition. Le gel des partenariats avec les « majors » (principales maisons de disques), dès le 1^{er} trimestre, entraîne une chute du chiffre d'affaires de 64 %.

Une Musique concentre désormais son activité autour de productions exclusives parmi lesquelles : *Aral*, *Tukuleur* ou *Emiles et Images*.

Le résultat net de la filiale est de - 0,7 M€.

Téléshopping

Pour la deuxième année consécutive, le marché de la VPC affiche une faible croissance (+ 0,7 % en 2000 - source FEVAD).

Le chiffre d'affaires de Téléshopping est en légère progression de 0,4 % à 77 M€. La filiale consolide et développe son activité autour de quatre pôles : une émission le matin sur l'Antenne TF1, la chaîne Shopping Avenue, un catalogue qui séduit 1 million de clients actifs et Internet avec deux sites dédiés : www.teleshopping.fr et www.shoppingavenue.fr.

Sur le site www.teleshopping.fr, le chiffre d'affaires a été multiplié par quatre, représentant plus de 35 000 commandes°.

La chaîne Shopping Avenue termine l'année avec 1,2 million d'abonnés° et un chiffre d'affaires en progression de 25 %.

Le résultat net de Téléshopping est de 2,4 M€.

Les Nouvelles Editions TF1

En 2000, Les Nouvelles Editions TF1 ont publié 4 titres°, capitalisant sur les bonnes audiences de l'Antenne : *Sagas*, *Euro Passionnément*, *Les Misérables* et *Formule 1 - 2000*, représentant un chiffre d'affaires de 0,4 M€.

- ① Alpha Blondy
- ② Les feux de l'amour
- ③ Sandra et les siens



Les Chaînes thématiques

Créée le 1^{er} mai 2000, TF1 Digital a pour mission de définir et organiser la politique de distribution des chaînes thématiques de TF1 (à l'exception d'Eurosport) auprès d'opérateurs du câble et du satellite en France et à l'international, de piloter la gestion financière du pôle et de faciliter l'étude, le lancement et la distribution de tous les projets à venir.

En 2000, TF1 Digital a participé au lancement de TV Breizh en septembre, de TF6 en décembre et a négocié et sécurisé l'ensemble des contrats de distribution sur le câble et le satellite pour la plupart des chaînes.

Eurosport

L'année 2000 est marquée par le rachat des parts d'ESPN dans Eurosport à parité entre TF1 et Canal+. A la suite de cette opération, TF1 détient 36 % d'Eurosport France et 50,5 % d'Eurosport International.

Au 31 décembre 2000, 92 millions° de foyers européens reçoivent Eurosport (dont 38 millions° d'abonnés payants) dans 54 pays°. La chaîne est déclinée en 17 versions° linguistiques.



L'année 2000 est marquée par les grands événements sportifs de l'Euro 2000 et des Jeux Olympiques de Sydney, le développement du site Internet www.eurosport.com, disponible en six versions° linguistiques (anglais, allemand, français, italien, espagnol et suédois), et le lancement en septembre d'EurosportNews, chaîne d'informations sportives diffusée en continu. Au 31 décembre, cette chaîne est distribuée dans 30 pays° et reçue par 3 millions° de foyers numériques.

Le chiffre d'affaires est en hausse de 29 % à 242,5 M€, dégageant un résultat avant impôt de 24,2 M€, soit une marge de 10 %. Dans le contexte d'une année riche en événements sportifs, les recettes publicitaires du pôle sont en hausse de 42 %, représentant 35 % du chiffre d'affaires total du groupe.

Le 30 janvier 2001, TF1 a acquis la totalité des parts de Canal+ et de Havas Images dans Eurosport.

La Chaîne Info - LCI

Au 31 décembre 2000, LCI est reçue par 3,6 millions° de foyers, soit +13 %° en un an.

En 2000, le chiffre d'affaires de la chaîne LCI enregistre une augmentation de 2 %, faisant apparaître deux tendances contraires : une réduction des recettes provenant des opérateurs câble et satellite, à la suite de la renégociation des contrats de distribution de la chaîne, compensée par une progression de plus de 100 % des recettes publicitaires, confirmant ainsi la qualité de LCI en tant que support média privilégié par les annonceurs.

Le résultat de LCI avant impôt est de 1,6 M€.

Odyssée

En 2000, Odyssée a continué, avec l'aide de TF1 Digital, à étendre son réseau de distribution, atteignant ainsi 1,6 million de foyers abonnés au 31 décembre 2000, pour un chiffre d'affaires de 7,5 M€, en hausse de 32 %.

Odyssée atteint pour la première fois l'équilibre financier en 2000 avec un résultat net de 0,5 M€.

Sur le plan éditorial, Odyssée a instauré dans sa grille des rendez-vous hebdomadaires, afin de fidéliser ses téléspectateurs. De plus, la chaîne a intensifié sa politique de coproduction initiée en 1999.

TV Breizh

Lancée le 1^{er} septembre, TV Breizh est diffusée par câble et satellite en France et compte 2,7 millions° de foyers abonnés au 31 décembre 2000. Le tour de table de la chaîne est composé d'actionnaires prestigieux français (TF1 à hauteur de 22 %, Artémis, Crédit Agricole...) et internationaux (NewsCorp., Mediaset).

Sur quatre mois de diffusion, la chaîne génère un chiffre d'affaires de 1,5 M€ et une perte de 3,4 M€.

TF6

TF6 est la dernière-née de la famille TF1. A destination des jeunes adultes et dotée d'un budget annuel d'environ 23 M€, cette chaîne a été lancée le 18 décembre 2000, en collaboration avec M6.

Au 31 décembre 2000, TF6 était reçue par plus de 1 million° de foyers en France.

La Production

En 2000, le Groupe TF1 a investi environ 300 M€ dans la production française sous la forme d'œuvres d'Expression Originale Française (EOF) et de longs métrages.

TF1 FILMS PRODUCTION

TF1 Films Production confirme sa position de coproducteur majeur du cinéma français, avec une part de marché de l'ordre de 50 % en 2000 sur les sorties en salles de films français (source : Estimations CNC).

En 2000, TF1 Films Production a coproduit et acheté les droits de premières diffusions de 21 longs métrages dont 4 des 6 films français ayant dépassé 1 million de spectateurs :

Taxi 2 : 10,3 millions d'entrées,

Les Rivières Pourpres : 3,2 millions d'entrées,

Jet Set : 1,9 million d'entrées

et *Meilleur espoir féminin* : 1,2 million d'entrées.

Le chiffre d'affaires de TF1 Films Production est en hausse de 4 % en 2000 à 47,7 M€, pour un résultat net de 0,3 M€.

L'acquisition et l'exploitation de droits audiovisuels

La gestion des Droits Audiovisuels regroupe la société TF1 International, ses filiales et sous-filiales : Les Films Ariane, Cogelda, Parmentier, Les Films du Jour et Ciby DA. Ce pôle est chargé de l'acquisition de droits d'œuvres cinématographiques et télévisuelles pour tous les supports et tous les territoires, ainsi que de leur distribution internationale.

Le chiffre d'affaires consolidé de la branche a plus que doublé en un an et s'élève à 70,8 M€ en 2000. Cette forte progression provient essentiellement des ventes des titres suivants : *Under Suspicion*, *Contender*, *Golden Bowl*, *Vercingétorix*, *Cut* et *Sade*.

A fin 2000, TF1 International et ses filiales détiennent un catalogue de plus de 9 900 heures[°] de programmes, incluant notamment 600 longs métrages[°].



FILM PAR FILM

Les principales opérations de l'année 2000 sont : la sortie du film *Passionnément* interprété par Charlotte Gainsbourg et Gérard Lanvin et la finition du film *La moitié du ciel* d'Alain Mazars.

Les produits d'exploitation s'élèvent à 15,9 M€.

Groupe GLEM

En 2000, le groupe Glem maintient sa stratégie de production autour :

- des émissions de télévision, avec principalement *Les années tubes*, *Sans aucun doute* et *Succès*,
- de l'activité spectacle, rythmée par les tournées de Pierre Palmade, Anthony Kavanagh et André Rieu,
- de l'activité musicale, au travers de sa filiale Baxter qui produit l'album de la comédie musicale *Roméo et Juliette* : plus de 3,5 millions[°] de disques vendus en 9 mois.

Le chiffre d'affaires du groupe est en augmentation de 4,3 % à 38,8 M€ et le résultat net progresse de 11 % à 2,3 M€.

PROTÉCRÉA

Les produits d'exploitation de Protécra sont en progression de 7 % à 12,2 M€, avec un résultat net de 1,5 M€.

TÉLÉMA

En mai 2000, TF1 International a pris une participation à hauteur de 49 % dans la société Téléma. Cette société est productrice de films, de longs métrages et de films publicitaires. Téléma possède un catalogue d'une quinzaine de films dont *La vie est un long fleuve tranquille*, *Le bonheur est dans le pré* et *Le goût des autres*.

La Télévision numérique

Télévision Par satellite - TPS

Au 31 décembre 2000, 1 150 000 foyers[°] sont abonnés à une offre de programmes de TPS, dont 1 million en réception directe[°] par satellite.

En mai 2000, TPS a restructuré son offre commerciale, afin d'incorporer les matchs de Championnat de France de Football de Première Division dans ses offres qui sont rebaptisées sous les noms de TPS Optima et TPS Maxima. TPS Optima regroupe désormais l'ensemble des chaînes thématiques et cinéma de TPS, ainsi que le match premium du Championnat de France de Football de Première Division, TPS Maxima incorpore en plus la diffusion des 6 à 7 matchs de D1. 75 % des abonnés recrutés en réception directe choisissent TPS Optima ou TPS Maxima.

L'année 2000 a été marquée par le développement des services interactifs, avec le lancement du TV Mail en mars, des nouveaux services de banque à domicile (Domi TV, Fimatex...) et du pari à domicile avec le PMU depuis novembre. Un portail a été créé afin de regrouper l'ensemble des services interactifs de TPS sur le canal TPS Interactif.





Divers

TF1 Publicité production (TPP)

Le chiffre d'affaires s'élève à 13,2 M€. 57 % sont réalisés avec des clients extérieurs au Groupe TF1. L'essentiel de cette activité provient d'opérations de sponsoring, de la production de films publicitaires, de génériques et de films institutionnels.

TPP a également produit l'habillage et l'auto-promotion de la chaîne TF6 et poursuit la production de programmes courts pour l'Antenne de TF1, avec notamment *Du côté de chez vous* ou *Hypernet*.

Enfin, en 2000 la part de l'activité consacrée au multimédia progresse pour représenter 9 % du chiffre d'affaires.

Studios 107

Les produits d'exploitation atteignent 25,8 M€, en hausse de 28 %.

En 2000, les Studios 107 ont accueilli la session d'enregistrement de juillet de *Qui veut gagner des millions ?*, ont bénéficié de l'intensification de la production de *Shopping Avenue* (380 émissions ont été livrées pour Téléshopping et *Shopping Avenue* sur la période), et ont livré 9 émissions *52 sur la Une*.

1.2 LA SOCIÉTÉ MÈRE TF1

En vue d'améliorer l'information financière et de donner une représentation économique comparable à celle des comptes consolidés, les droits de diffusion et la production propre sont comptabilisés en stocks depuis le 1^{er} janvier 1999. Au niveau des immobilisations incorporelles, les postes coproduction ne se composent plus que de parts coproducteurs des programmes acquis par la chaîne. Les états financiers arrêtés au 31 décembre 1998 ont été retraités.

En 2000, TF1 SA a réalisé un chiffre d'affaires de 1 491 M€, en progression de 16 %, réparti entre les opérations de la régie publicitaire et les recettes diverses pour 7,8 M€.

Le résultat d'exploitation atteint 421,5 M€, en hausse de 46,7 %.

Le bénéfice net de l'exercice s'élève à 358,1 M€, représentant une marge nette sur chiffre d'affaires de 24 %.

1.3 FRAIS DE RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

Les frais de recherche et développement engagés au cours de l'exercice 2000 ne sont pas significatifs.

1.4 COUVERTURES DE TAUX ET DE CHANGE

Au 31 décembre 2000, TF1 n'a plus de couverture de taux afférente au crédit-bail contracté sur l'immeuble que TF1 occupe au 1, quai du Point du Jour - (92100) Boulogne. Le financement de celui-ci se décomposait en un prêt à long terme et une ouverture de crédit bancaire pour laquelle TF1 pouvait se substituer par blocage de sa trésorerie. Au 31 mars 2000, TF1 a racheté aux banques la part long terme du financement et s'est substitué, pour toute l'année 2000, aux banques sur l'ouverture de crédit. Ce crédit-bail ne génère plus de risque de taux.

Le Groupe utilise également des instruments de couverture de change (achats à terme de devises) pour se couvrir des variations de taux de change, principalement dans le cadre d'achats de droits audiovisuels réalisés en devises.

Le détail de ces opérations de couverture est présenté dans l'annexe des comptes consolidés.

1.5 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, les résultats, la situation financière et le patrimoine de la société et du Groupe.

Le chiffre d'affaires du groupe TPS s'élève à 384,8 M€ en 2000, en progression de 36 %. Le résultat d'exploitation de TPS, avant amortissements et provisions est positif et la perte nette du groupe est de 122,4 M€, en diminution de 16 %.

e-TF1

Depuis le 1^{er} janvier 2000, les développements Internet du Groupe TF1 sont regroupés au sein de la société e-tf1, détenue à 100 % par TF1.

L'année 2000 a connu une accélération de l'utilisation d'Internet en France. Le taux d'équipement des foyers en micro-ordinateur atteint 29 % au 4^{ème} trimestre 2000 (Source ISL - Médiamétrie - 24 000 Multimédia). Le nombre d'internautes a augmenté de 55 % en un an pour atteindre 7 millions au 30 décembre 2000 (Source ISL - Médiamétrie - 24 000 Multimédia, 4^{ème} trimestre 2000, connections sur les trois derniers mois / individus de 18 ans et plus).

Dans ce contexte, le portail www.tf1.fr occupe la première position dans l'univers des médias avec 42,5 millions° de pages vues en décembre 2000 (x 3,4 en un an), représentant 4,7 millions° de visites (x 2,5 en un an)⁽¹⁾. Cette progression est non seulement le résultat d'un marché en expansion, mais également le fruit d'une offre qui s'est enrichie de nouveaux sites et de nouvelles rubriques : tfou pour les enfants, plurielles pour les femmes, bourse, sports...

Sur l'ensemble de l'année 2000, e-TF1, qui génère un chiffre d'affaires de 3,5 M€, affiche une perte de 20,5 M€.

(1) Source Cybermétrie

① *Les Misérables*
② *Taxi 2*

2. PERSPECTIVES 2001

La stratégie de développement du Groupe TF1 s'organise autour de notre métier de base : éditeur de contenus, que ce soit pour la chaîne TF1, notre portefeuille de chaînes thématiques ou encore nos portails Internet.

Pour réussir, notre Groupe doit maîtriser les contenus forts au travers de productions, co-productions ou acquisitions, et avoir la capacité de les éditer et de les distribuer sur toutes les plates-formes existantes et à venir (en analogique et en numérique), ainsi que d'assurer leur réception sur tous types de terminaux.

C'est pourquoi les objectifs de TF1 s'articulent autour des axes suivants :

Pérenniser la position de la chaîne généraliste

Dans une concurrence vive qui se détermine par des choix thématiques ou des segmentations par l'âge, TF1 doit rester le premier programme français et la chaîne européenne disposant de la plus grande part d'audience sur son marché. Elle poursuit donc sa politique claire qui repose sur les principes suivants : offrir une programmation généraliste, familiale avec une palette diversifiée de produits identifiants ; proposer des programmes exclusifs, inédits et innovants et laisser une large place aux événements et au direct. Elle offre ainsi aux téléspectateurs un programme de qualité et à ses clients annonceurs, des audiences élevées.



Développer l'offre thématique

Après les lancements de TV Breizh, TF6 et l'acquisition, en janvier 2001, de 50 % de Série Club, le Groupe TF1 dispose désormais d'une offre élargie de chaînes thématiques susceptibles de satisfaire la plupart des publics. La prise de contrôle de la totalité du capital d'Eurosport renforce cette position en France et lui donne désormais une dimension pan-européenne, unique parmi les grands diffuseurs européens. En 2001, nous consoliderons les acquis des années précédentes afin d'assurer les fondations d'un développement pérenne de nos offres thématiques.

Renforcer la production de contenus

La maîtrise des contenus, qui reste une des priorités du Groupe en 2001, sera marquée par les succès de la comédie musicale *Roméo et Juliette* coproduite par Glem et des coproductions de TF1 Films Productions telles que *Le Placard*, *La Vérité si je mens 2* et *Le Pacte des loups*. Pour renforcer notre position, nous regroupons la plupart de nos activités de production et de distribution de droits audiovisuels au sein de la filiale TF1 International qui a vocation à devenir une « mini-major ».

Développer Internet

Après avoir fait de www.tf1.fr, le premier portail « média » de France et de www.eurosport.com, l'un des premiers sites sportifs européens, notre ambition est de transformer ce succès d'audience en réussite financière. La recherche systématique des synergies possibles entre les activités du Groupe, la mise en commun de ressources et une très large distribution des contenus permettront une augmentation significative des recettes et une maîtrise des coûts. A moyen terme, notre ambition est de faire de ces activités des centres de profit, à l'instar des autres métiers du Groupe.

3. POINT SOCIAL

3.1 EFFECTIF

L'effectif permanent du Groupe TF1 au 31 décembre 2000 était de 2 597 collaborateurs, répartis de la manière suivante : 1 299 personnes chez TF1 SA, 235 chez TF1 Publicité, 202 au sein des entités du pôle Edition-Distribution, 145 chez LCI, 377 chez Eurosport, 12 chez Odyssee, 24 chez TV Breizh, 7 chez TF6, 152 dans les filiales des pôles Production et Droits Audiovisuels, 25 chez TPP, 26 chez Studios 107 et 93 chez e-TF1°.

Effectif°	31.12.00	31.12.99	31.12.98
TF1	1 299	1 271	1 209
Filiales	1 298	978	968

Total **2 597** 2 249 2 177



3.2 POLITIQUE SALARIALE, PARTICIPATION ET ÉPARGNE DES SALARIÉS

La participation versée en 2000 au titre de l'exercice 1999 s'élève à 11,8 M€.

2 121 collaborateurs° sont adhérents au PEE au 31 décembre 2000 (contre 1 908 personnes° au 31 décembre 1999), soit 83 % des salariés permanents du Groupe. L'abondement versé par TF1 et ses filiales représente un montant de 5,4 M€.

Les salariés du Groupe TF1 ont pu bénéficier de l'opération réservée aux collaborateurs du Groupe Bouygues lors de l'augmentation de capital réalisée par Bouygues au titre de l'année 2000. C'est ainsi que 1 188 collaborateurs° y ont souscrit pour un montant total de 10,4 M€.

3.3 FORMATION PROFESSIONNELLE ET RELATIONS ÉCOLES

Le Groupe TF1 a dispensé plus de 50 300 heures° de formation, soit près de 3 700 stages° répartis entre les différentes structures. En 2000, les dépenses de formation professionnelle ont représenté près de 3,6 %° de la masse salariale⁽¹⁾.

Le groupe TF1 a accueilli 724 stagiaires° dont 364° dans le cadre de sa politique de partenariat avec les écoles.

3.4 35 HEURES

Les négociations relatives à l'application des 35 heures ont débuté au dernier trimestre de l'année 1999. Au sein de TF1 SA, elles ont concerné les personnels permanents (personnels de production, journalistes, techniques et administratifs) et les personnels non permanents. L'accord sur les 35 heures, signé avec les partenaires sociaux, a pris effet au 1^{er} juin 2000. A la suite de ces accords, l'entreprise n'a pas souhaité modifier la politique salariale qui est la sienne depuis des années.

(1) Chiffres formation Groupe TF1 prévisionnels. Les chiffres définitifs seront arrêtés fin mai 2001.

4. FILIALES ET PARTICIPATIONS

4.1 CRÉATIONS

@TF1

Constitution le 25 octobre 2000, de la société en commandite simple « @ TF1 », au capital de 40 000 €, divisé en 40 000 parts de 1 € de nominal détenues par :

TF1 (associée commanditaire et commanditée) pour 39 999 parts et SYALIS (associée commanditaire) pour 1 part.

Son objet social est la fourniture d'accès au réseau Internet, la création d'une infrastructure ISP avec le développement des outils d'accès, la fourniture d'un service IP haut débit par satellite.

Société Anonyme de Gestion d'Internet et Télévision (SAGIT)

Constitution le 25 octobre 2000, de la société anonyme « SAGIT », au capital de 40 000 €, divisé en 40 000 actions de 1 € de valeur nominale chacune détenue à 100 % par TF1.

Son objet social est l'administration et la gestion de la société @TF1.

4.2 ACQUISITIONS

Rachat par TF1 de la participation d'ESPN dans le Groupe Eurosport

Le 19 mai 2000, TF1 et Canal + ont racheté à parité l'ensemble de la participation d'ESPN dans Eurosport pour un montant total (part TF1) de 87,2 M€, soit 78,9 M€ pour la société ESO (16,5 %), 7,9 M€ pour la société TV Sport (5 %) et 0,04 M€ pour la société Sagas (16,5 %).

Prise de participation de TF1 au sein du Consortium Net TV (Espagne)

TF1 a pris le 26 juin 2000 une participation à hauteur de 7 %, au sein de la société Net TV, représentant un investissement d'un montant total de 70 millions de pesetas (420 708 €).

4.3 SOUSCRIPTIONS

Souscription dans la société TV Breizh

TF1 a souscrit 22 % du capital de la société TV Breizh, représentant un engagement financier de 3,3 M€.

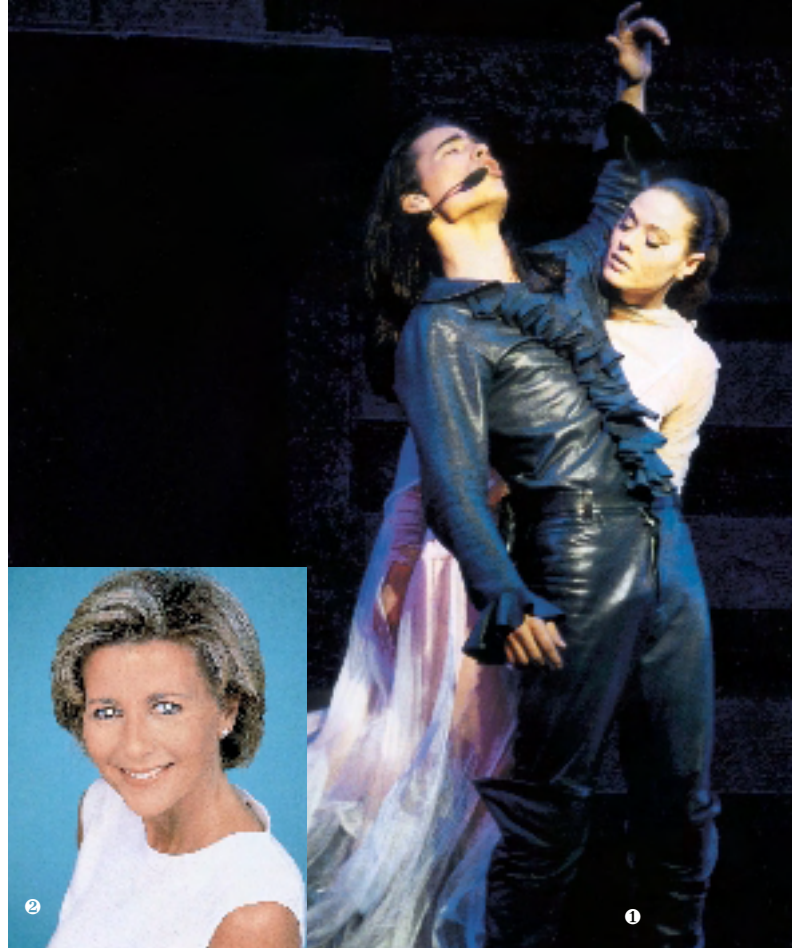
La société TV Breizh est la chaîne de télévision diffusant un programme audiovisuel en langue française et/ou bretonne sur tout support et notamment le satellite et le câble, en norme analogique et/ou numérique et susceptible d'être intégrée dans un bouquet de programmes satellite.

4.4 CESSIIONS

Augmentation du capital de TF1 Digital par apport en nature des parts LCI et Odysée détenues par TF1 au profit de TF1 Digital

TF1 a fait un apport à sa filiale TF1 Digital de :

- 300 000 parts sociales de la société La Chaîne Info - LCI, pour une valeur de 83 846 960 €, moyennant l'attribution de 5 240 435 actions nouvelles TF1 Digital de 16 €, valeur nominale chacune, entièrement libérées, à créer par la société TF1 Digital, à titre d'augmentation de capital.
- 500 parts sociales de la société Odysée, pour une valeur de 15 244 800 €, moyennant l'attribution de 952 800 actions nouvelles TF1 Digital de 16 €, valeur nominale chacune, entièrement libérées, à créer par la société TF1 Digital, à titre d'augmentation de capital.



① Roméo et Juliette
② Claire Chazal

Le 20 décembre 2000, le capital social de la société TF1 Digital a été augmenté d'un montant de 99 091 760 € pour être ainsi porté de 40 000 € à 99 131 760 €, divisé en 6 195 735 actions de 16 € valeur nominale chacune.

Prise et cession de participation dans la société Mageos

Le 22 novembre 2000, TF1 a cédé à la société Thallium la totalité de ses 213 750 parts sociales d'associée commanditée dans le capital de la société Mageos au prix total de 2,5 M€.

4.5 ÉVÉNEMENTS SURVENUS DEPUIS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Prises de participations dans les sociétés du Groupe Eurosport

TF1 et ses filiales ont exercé leur droit de préemption leur permettant d'acquérir le 30 janvier 2001, la totalité des titres détenus :

- par les sociétés du Groupe Canal +,
 - 49,5 % dans Eurosport Sales Organisation (ESO)
 - 49,5 % dans Société d'Administration et de Gestion de l'Audiovisuel Sportif (SAGAS)
 - 30 % dans TV SportLe montant total de l'acquisition auprès de Canal + a atteint 289,3 M€
- par la société Havas Images
 - 34 % dans TV Sport, pour un montant de 56,3 M€.
- par la société M6 Thématiques
 - 50 % dans Extension TV (Série Club) pour un montant de 22,9 M€.

5. CAPITAL

5.1 LE TITRE

L'action TF1 clôture l'année boursière 2000 à 57,5 € et affiche une progression annuelle de 10,6 %, soit une capitalisation boursière de 12,1 Md €. Cette performance est à comparer à une diminution de 0,5 % de l'indice CAC 40.

Le cours du titre TF1 a franchi un plus haut historique le 6 mars 2000 à 94,2 € (retraité de l'effet de la division par dix du nominal).

La liquidité du titre a augmenté, avec une moyenne d'échanges quotidiens de plus de 650 000 titres. L'action TF1 a offert un rendement avant impôt de 28,3 % par an (avoir fiscal compris) par rapport à son cours d'introduction de 16,5 F (2,51 €) (retraité de l'effet de la division par dix du nominal), le 24 juillet 1987.

Le 10 mai 2000, TF1 a rejoint l'indice CAC 40.

Le 21 juin 2000, dans le but de faciliter l'accès au titre à tous les actionnaires, TF1 a procédé à la division par dix de son nominal.

5.2 ACHAT EN BOURSE

Durant l'exercice écoulé, le Conseil d'Administration n'a pas fait usage de l'autorisation qui lui avait été conférée par l'Assemblée Générale du 18 avril 2000.

5.3 MONTANT / CATÉGORIE DE TITRES

ÉVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL DE TF1 AU COURS DES 5 DERNIÈRES ANNÉES

Opération	Prix d'émission par action		Nombre d'actions		Montant du capital social après augmentation
	Nominal	Prime	Emises	Cumulé	
29/10/99 Augmentation de capital réservée aux salariés	10 francs	969,21 francs	118 316	21 118 316	211 183 160 francs
Opération	Valeur nominale par action		Nombre d'actions		Montant du capital social
	Nominal	Élévation	Emises	Cumulé	
01/01/00 Conversion du capital en €	10 francs	3,11914 francs	0	21 118 316	277 054 144,17 francs
a) Augmentation du capital	2 euros	0	0	21 118 316	42 236 632 euros
b) Conversion					
20/06/00 Division du nominal	0,2 euros	0	0	211 183 160	42 236 632 euros

La conversion du capital en euros, décidée par le Conseil d'Administration du 20 septembre 1999 sur autorisation de l'Assemblée Générale du 7 mai 1999, a pris effet au 1^{er} janvier 2000.

Cette conversion s'est accompagnée d'une augmentation du capital préalable de 10 041 966,80 €, réalisée par prélèvement sur les postes « écart de réévaluation » et « autres réserves ».

Le 21 juin 2000, TF1 a procédé à la division par 10 de son nominal. Depuis cette date, le capital de TF1 est de 42 236 632 €, entièrement libéré, divisé en 211 183 160 actions de 0,2 € nominal chacune.

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

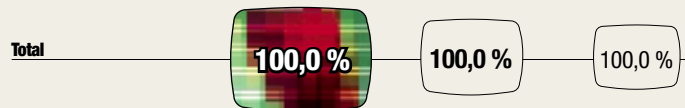
5.4 GESTION DES TITRES

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

5.5 ACTIONNARIAT

A la connaissance du Conseil, la structure de l'actionnariat au 29 décembre 2000 était la suivante :

	29 décembre 2000 en capital	29 décembre 2000 en droits de vote	30 juin 2000 en capital
Bouygues	39,8 %	40,1 %	39,9 %
Société Générale	1,4 %	1,4 %	1,4 %
Total actionnaire agissant de concert (1)	41,2 %	41,5 %	41,3 %
Autres France (2) (3)	30,8 %	31,1 %	29,2 %
Dont salariés	2,5 %	2,6 %	2,9 %
Autocontrôle & Autodétention	0,6 %	0,0 %	0,9 %
Europe (hors France)	17,1 %	17,2 %	21,0 %
Autres	10,2 %	10,3 %	7,6 %



(1) Concert déclaré à Euronext le 23 février 1994 (avis Euronext n° 94-600).

(2) Incluant les porteurs non identifiés (environ 15 %). - (3) Estimations relevées Euroclear au 29 décembre 2000.

Le nombre d'actionnaires est estimé à plus de 100 000. A la connaissance de la société, il n'existe pas d'autre actionnaire possédant plus de 5 % du capital de TF1.

La structure de l'actionnariat de TF1 n'a pas connu de changement significatif depuis 3 ans, tant en ce qui concerne la répartition du capital, des droits de vote ou des actions de concert.

5.6 PLANS D'OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D'ACTIONS

Les Assemblées Générales des 12 juin 1995 et 18 avril 2000 ont autorisé le Conseil d'Administration à consentir des options de souscription ou d'achat d'actions de la société au profit du personnel et des dirigeants de TF1 et de ceux des sociétés qui lui sont liées dans les conditions de l'article L 225-180 du Code de Commerce.

Après division du nominal	Plan n° 1	Plan n° 2	Plan n° 3	Plan n° 4	Plan n° 5
Date d'Assemblée	12.06.95	12.06.95	12.06.95	12.06.95	18.04.00
Date du Conseil d'Administration	10.10.95	08.04.97	18.03.98	20.09.99	06.12.00
Nature du plan	Achat	Souscription	Souscription	Souscription	Souscription
Nombre total d'actions pouvant être souscrites ou achetées	1 705 000 actions	2 270 000 actions	2 300 000 actions	2 300 000 actions	840 000 actions
Nombre d'options d'achat d'action consenties aux cadres dirigeants (1)	795 000 options	1 010 000 options	1 000 000 options	760 000 options	0
Point de départ d'exercices des options	à l'issue de la période d'indisponibilité				
Date d'expiration	7 ans après la date d'attribution (= date du Conseil)				
Prix de souscription	7,33 € 48,08 F	7,97 € 52,28 F	10,02 € 65,73 F	23,27 € 152,62 F	53,04 € 347,92 F
Modalités d'exercice	Indisponibilité : 1 an exercable pendant les 4 ans suivants par tranche cumulative d'un quart	Indisponibilité : 5 ans exercable pendant les 2 ans suivants l'indisponibilité de 5 ans	Indisponibilité : 5 ans exercable pendant les 2 ans suivants l'indisponibilité de 5 ans	Indisponibilité : 5 ans exercable pendant les 2 ans suivants l'indisponibilité de 5 ans	Indisponibilité : 5 ans exercable pendant les 2 ans suivants l'indisponibilité de 5 ans
Nombre d'actions achetées (en net) ou souscrites au 28.02.01	254 000	-	-	-	-

(1) Les cadres dirigeants (au nombre de 10) sont composés des membres du comité de la Direction Générale et de deux dirigeants de l'Antenne (voir détail dans la note 6.5 « Rémunération des dirigeants » des comptes consolidés).

Au 31 décembre 2000, il n'existe pas d'autre forme de capital potentiel que celui qui proviendrait de la levée des « stocks options ».

A la connaissance de la société, il n'existe aucune action TF1 nantie et TF1 n'a nantie aucune action de ses filiales.



6. 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 2000 et, après avoir constaté l'existence de bénéfices disponibles de 411 803 365,45 € (2 701 253 001,90 F), compte tenu du bénéfice net de l'exercice de 358 132 160,96 € (2 349 192 979,06 F) et du Report à Nouveau de l'exercice précédent de 53 671 204,49 € (352 060 022,84 F), de décider l'affectation et la répartition suivantes proposées par le Conseil d'Administration :

- Affectation au poste Autres réserves :
200 000 000,00 € (1 311 914 000,00 F)
- Distribution d'un dividende de :
137 269 054,00 € (900 425 968,54 F)
(soit un dividende net de 0,65 € (4,26 F) par action de 0,2 € valeur nominale, assorti d'un avoir fiscal de 0,33 € (2,13 F) sur la base de 50 %).
- Affectation du solde au Report à Nouveau :
74 534 311,45 € (488 913 033,36 F)

Le dividende pourrait être mis en paiement à compter du 31 mai 2001.

Nous vous demandons d'autoriser à porter au compte Report à Nouveau le montant des dividendes afférents aux actions que TF1 pourrait détenir pour son propre compte, conformément aux dispositions de l'article L 225-210 du Code de Commerce (anciennement l'article 217-3 alinéa 4 de la loi du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales).

Nous vous rappelons qu'au cours des trois derniers exercices, les dividendes versés au titre des exercices 1997, 1998 et 1999, ont été respectivement de 0,24 € (1,60 F), 0,34 € (2,20 F) et 0,46 € (3,02 F) net par action ; les avoirs fiscaux correspondants ont été de 0,12 € (0,80 F), 0,17 € (1,10 F) et 0,23 € (1,51 F), étant précisé que les montants rappelés ont été ajustés afin de tenir compte de l'opération de division par dix de la valeur nominale des actions ayant eu lieu le 21 juin 2001.

Le Report à Nouveau, tel qu'il apparaissait de 52 800 033,49 € (346 345 515,63 F) suite à l'affectation des résultats des comptes 1999 et décidé par l'Assemblée Générale du 18 avril 2000, a ainsi été : augmenté de 871 171 € (5 714 507,16 F) correspondant au montant des dividendes non versés en raison de la détention par la société de ses propres actions, pour être ainsi porté à 53 671 204,49 € (352 060 022,83 F), comme indiqué au bilan arrêté au 31 décembre 2000.

7. RÉSOLUTIONS

Vos Commissaires aux Comptes vous communiqueront leurs rapports sur les comptes de l'exercice 2000 et sur les conventions relevant de l'article L 225-38 du Code de Commerce.

Dans les résolutions qui vous sont soumises, nous vous proposons :

- d'approuver les comptes de l'exercice 2000, l'affectation et la répartition des résultats et les conventions et opérations visées à l'article L 225-38 du Code de Commerce, 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 Patricia BARBIZET, décidée par le Conseil d'Administration lors de sa séance du 12 juillet 2000,
- de renouveler, pour deux années, les mandats d'Administrateurs de Patricia BARBIZET, Martin BOUYGUES, Claude COHEN, Michel DERBESSE, Patrick LE LAY, Philippe MONTAGNER, Etienne MOUGEOTTE, Olivier POUPART-LAFARGE et la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE, qui arrivent à expiration à l'issue de la présente Assemblée,
- de désigner, en remplacement de Jacques VILLARY dont le mandat arrive à expiration à l'issue de la présente assemblée, pour six exercices, le Cabinet Mazars & Guérard situé immeuble Le Vinci - 4, allée de l'Arche - 92075 Paris La Défense en qualité de Co-Commissaire aux Comptes titulaire,
- de désigner, en remplacement de Julien MARIN-PACHE dont le mandat arrive à expiration à l'issue de la présente assemblée, pour six exercices, Thierry COLIN domicilié Cabinet Mazars & Guérard situé immeuble Le Vinci - 4, allée de l'Arche - 92075 Paris La Défense en qualité de Co-Commissaire aux Comptes suppléant,
- d'autoriser la mise en œuvre d'un programme de rachat d'actions, permettant à votre société d'acheter en Bourse ses propres actions. Le rachat a pour finalité soit la régularisation du cours de Bourse, soit l'attribution aux salariés, soit leur conservation, soit leur transfert dans le cadre d'opérations financières, soit leur annulation sous réserve de l'adoption de la 19^e résolution (partie extraordinaire) pour notamment racheter un nombre d'actions correspondant à celles à émettre dans le cadre des plans d'options de souscription ou d'une ou plusieurs augmentations de capital réservées aux salariés. Cette acquisition éventuelle serait limitée à 10 % du capital social. Le prix maximum d'achat par action serait fixé à 100 € (655,96 F) et le prix minimum de vente par action à 30 € (196,79 F),

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

Conversion	€	FRF
Dividende / Avoir fiscal	0,65 / 0,33	4,26 / 2,13
Programme de rachat d'actions		
Achat par action :		
- Prix maximum d'achat	100	655,96
- Prix minimum de vente	30	196,79



Résultats financiers de la société au cours des cinq derniers exercices

NATURE DES INDICATIONS	1996	1997	1998	1999	2000
1 - Situation financière en fin d'exercice (en €)					
a) Capital social	32 014 294	32 014 294	32 014 294	32 194 665	42 236 632
b) Nombre d'actions émises	21 000 000	21 000 000	21 000 000	21 118 316	211 183 160 ⁽¹⁾
b) Nombre d'obligations convertibles en actions	-	-	-	-	-
2 - Résultat global des opérations effectives (en €)					
a) Chiffre d'affaires hors taxes	1 059 760 906	1 112 369 346	1 162 190 073	1 285 997 333	1 491 806 305
b) Bénéfice avant impôt, participation des salariés, amortissements et provisions	146 517 104	172 569 329	211 322 398	311 225 175	596 567 739
c) Impôt sur les bénéfices	34 768 717	51 378 055	77 376 899	103 988 111	150 087 760
d) Participation des salariés	2 594 054	3 076 990	4 066 042	10 344 406	13 511 247
e) Bénéfice après impôts, participation des salariés, amortissements et provisions	77 046 196	90 566 769	140 271 944	178 747 652	358 132 161
f) Montant des bénéfices distribués	51 222 870	51 222 870	70 431 446	97 144 254	137 269 054 ⁽²⁾
3 - Résultat des opérations par action (en €)					
a) Bénéfice après impôt, mais avant amortissements et provisions	5,20	5,62	6,18	9,32	2,05
b) Bénéfice après impôt, amortissements et provisions	3,67	4,31	6,68	8,46	1,70
c) Dividende versé	2,44	2,44	3,35	4,60	0,65 ⁽²⁾
4 - Personnel					
a) Nombre de salariés	1 248	1 220	1 209	1 271	1 299
b) Montant de la masse salariale (en €)	94 386 879	91 567 251	92 104 170	94 352 055	97 677 913
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux (en €)	41 237 083	39 466 125	39 988 069	42 283 355	43 173 430

(1) Après division par 10 du nominal le 21 juin 2000.

(2) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale.



MARCHÉ ET RENDEMENT DU TITRE

1. DIVIDENDES ET RENDEMENT

Après une première évolution du nombre d'actions de TF1, passant de 21 000 000 actions à 21 118 316 actions, à la suite de l'augmentation de capital réservée aux salariés le 29 octobre 1999, un deuxième changement est intervenu le 21 juin 2000. A cette date, la valeur nominale des actions de TF1 a été divisée par 10, portant ainsi le nombre total de titres composant le capital à 211 183 160.

Mise en place dans le but de favoriser l'accès du titre aux actionnaires individuels, la division du nominal est une opération neutre pour le patrimoine des actionnaires, qui se sont vu attribuer dix actions nouvelles en échange d'une action ancienne. Le montant du capital social (de TF1) reste par ailleurs inchangé à 42 236 632 €.

Année	Dividendes ⁽¹⁾ versés (€) au titre de l'exercice			Cours de Bourse ⁽¹⁾ (€) (lors de la clôture)			Taux de rendement brut sur la base du dernier cours
	Net	Avoir fiscal	Revenu global	+ haut	+ bas	dernier	
1995	0,24	0,12	0,36	8,4	6,3	8,0	4,6 %
1996	0,24	0,12	0,36	9,7	7,2	7,6	4,8 %
1997	0,24	0,12	0,36	9,4	7,4	9,4	3,9 %
1998	0,34	0,17	0,51	17,1	9,4	15,2	3,3 %
1999	0,46	0,23	0,69	54,9	14,8	52,0	1,3 %
2000	0,65⁽²⁾	0,325⁽³⁾	0,975	94,2	45,9	57,5	1,7 %

(1) Rebasé compte tenu de la division par 10 du nominal.
 (2) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale.
 (3) Sur la base d'un avoir fiscal à 50 %.

Le 10 mai 2000, l'action TF1 fait son entrée au CAC 40, suite à la décision du Conseil scientifique des indices. Le titre TF1 fait également partie de l'indice ITCAC des valeurs TMT (Technologies, Média, Télécom) de la Bourse de Paris, créé en mars 2000 afin de représenter l'évolution des valeurs technologiques cotées sur les Premier, Second et Nouveau Marché.

Au 29 décembre 2000, la capitalisation boursière de TF1 s'élevait à 12,1 milliards d'euros.

Aucune demande d'admission n'est en cours auprès d'une autre place financière.

Les dividendes sont à la disposition des actionnaires à compter de la date de leur mise en paiement, soit chez TF1 pour les titres nominatifs purs, soit chez les établissements financiers pour les titres nominatifs administrés et au porteur. Les dividendes non réclamés dans un délai de 5 ans sont reversés à l'Etat.

2. FISCALITÉ

En l'état actuel de la législation française, le régime fiscal des actions suivant est applicable :

• Actionnaires personnes physiques ayant leur domicile fiscal en France

Les dividendes d'actions françaises sont pris en compte pour la détermination du revenu global du contribuable dans la catégorie des revenus de capitaux mobiliers.

Ils seront donc soumis à l'impôt sur le revenu et subiront :

- la CSG de 7,5 %, déductible à hauteur de 5,1 % du revenu global imposable dès l'année de son paiement,
- le prélèvement social de 2 %, non déductible,
- la CRDS de 0,5 %, non déductible.

Ces dividendes bénéficieront, par ailleurs, d'un abattement annuel commun aux produits d'obligations françaises de 16 000 francs pour les couples mariés soumis à une imposition commune et de 8 000 francs pour les personnes célibataires, veuves ou divorcées. Cet abattement est supprimé pour les contribuables imposables à la tranche maximale du barème de l'impôt sur le revenu.

• Actionnaires personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés et ayant leur domicile fiscal en France

Les dividendes encaissés sont imposables dans les conditions de droit commun.

Toutefois, les personnes morales détenant plus de 5 % du capital social de la société distributrice sont susceptibles de bénéficier du régime des sociétés mères.

• Actionnaires n'ayant pas leur domicile fiscal en France

Les dividendes distribués par des sociétés dont le siège social est situé en France font en principe l'objet d'une retenue à la source de 25 % lorsque le domicile fiscal ou le siège des bénéficiaires est situé hors de France. Mais cette retenue à la source peut être réduite, voire même supprimée, en l'application des conventions fiscales internationales.

La société rappelle qu'il s'agit d'une description simplifiée de la réglementation fiscale.

3. ÉVOLUTION DU COURS ET DES VOLUMES

Les cours de Bourse et les volumes de transactions au cours des trois dernières années et de l'année en cours ont évolué de la manière suivante pour l'action TF1 :

Année	Mois	+ haut ⁽¹⁾ €	+ bas ⁽¹⁾ €	Demier cours €	Nombre de titres échangés ⁽²⁾
1998	Janvier	10,66	9,24	10,02	1 121 969
	Février	10,40	9,77	10,06	680 794
	Mars	12,10	9,99	11,74	945 096
	Avril	12,88	11,37	12,88	493 323
	Mai	13,13	12,20	12,87	292 595
	Juin	15,34	12,84	14,28	1 367 824
	Juillet	14,86	12,50	14,64	1 271 024
	Août	15,02	13,13	13,32	303 092
	Septembre	16,01	12,73	14,64	1 315 244
	Octobre	14,79	11,13	13,99	1 312 851
	Novembre	15,37	13,72	15,17	1 011 525
	Décembre	17,61	14,13	15,17	609 217
1999	Janvier	19,00	15,00	17,50	1 196 971
	Février	17,65	14,51	16,30	818 606
	Mars	17,39	15,51	17,39	554 020
	Avril	19,90	16,51	18,50	593 949
	Mai	24,00	18,55	22,34	748 597
	Juin	22,83	20,71	22,60	978 557
	Juillet	24,46	21,46	22,50	595 505
	Août	25,10	22,00	23,60	756 533
	Septembre	28,01	23,50	26,27	871 789
	Octobre	30,05	25,41	29,80	1 095 809
	Novembre	43,00	29,51	36,00	1 713 261
	Décembre	56,00	35,00	52,00	1 106 317
2000	Janvier	57,50	45,50	54,60	1 785 780
	Février	67,50	53,70	67,50	1 140 548
	Mars	95,70	70,00	77,00	1 695 722
	Avril	82,00	54,10	75,30	2 015 019
	Mai	81,70	58,00	69,00	2 146 228
	Juin	75,90	66,75	73,00	3 688 439
	Juillet	85,40	70,00	80,20	8 423 162
	Août	85,00	71,70	82,10	9 441 931
	Septembre	88,70	64,80	65,00	15 677 546
	Octobre	69,90	53,25	64,30	18 698 062
	Novembre	66,75	47,90	50,40	19 063 964
	Décembre	59,00	50,70	57,50	10 926 718
2001	Janvier	63,80	50,00	55,00	14 424 459
	Février	54,45	43,26	46,97	20 792 841

Source : Euronext Paris SA.

Note : Les cours sont rebasés compte tenu de la division par 10 du nominal intervenue en juin 2000

(1) Les plus hauts et les plus bas des cours sont les valeurs extrêmes atteintes en cours de séance.

(2) Les volumes échangés correspondent aux transactions effectuées sur le système central de négociation CAC et hors système.



① Sade
② Under Suspicion

4. ÉVOLUTION DU COURS TF1 / CAC 40

Variation depuis le 30 décembre 1999 :

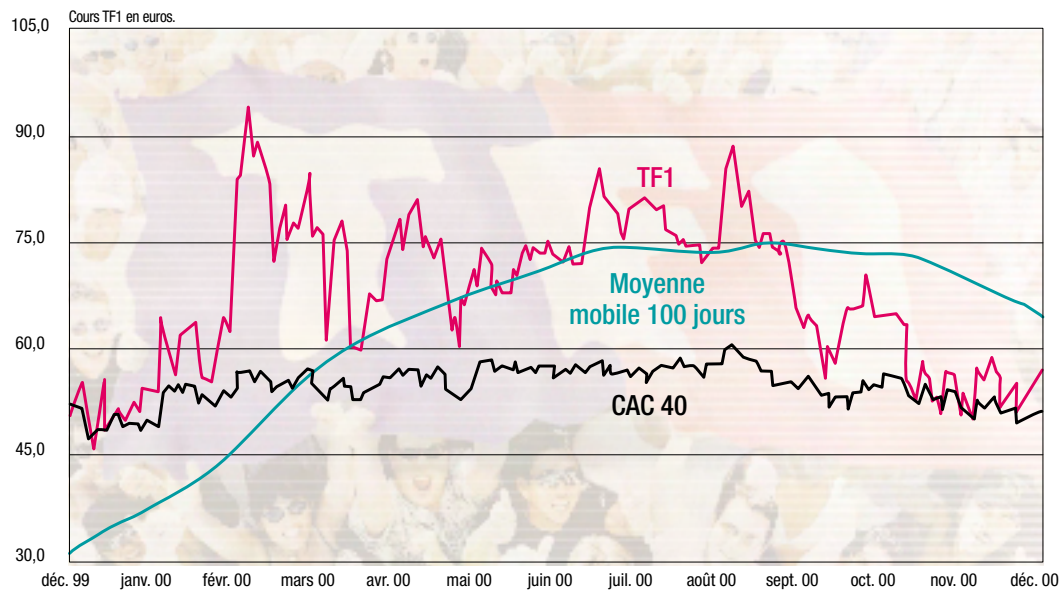
TF1

+10,6 %

CAC 40

-0,5 %

Evolution du titre TF1 depuis le 30 décembre 1999



Source : Euronext Paris SA.



Crédit photos : droits réservés, C. Chevalin, F. Pages, E. Chognart, JM. Sureau, G. Scarella, G. Bosio, J.Loew, JC Rocca, F. Pignet, D. Maestracci, JM. Mazeau, D. Merle, TF1 Jeunesse, ©1999, 2000 Nintendo, © Protécra, © TPS Services - Véronique Rostain, © Eurosport - Susanah Murphy, © Allsport, Lucille Reyboz, Kris Gautier, © 1999, 2000 Une Musique, Dinh Thi Trien, © 1999, 2000 Leeloo Productions, © Gaumont, © H & K Jérémie Nassif, © 2000 Paramount Pictures, © Columbia Tristar, Dominique Le Strat, Jean-Marie Leroy, © Graphique 2000 TF1 Vidéo, Serge Elissalde, Opérations Pièces Jaunes, © TF1/Pascalito, ABC Australia, Ampersand, Diving World, GA&A, JC Media, MC4, Objectif Atlantide, Southern Star, Jean-Marc Laurent, Luc Tienda.