

Cette brochure est imprimée sur un papier issu de forêts gérées de façon durable avec des encres végétales chez un imprimeur impliqué. www.tffl.com

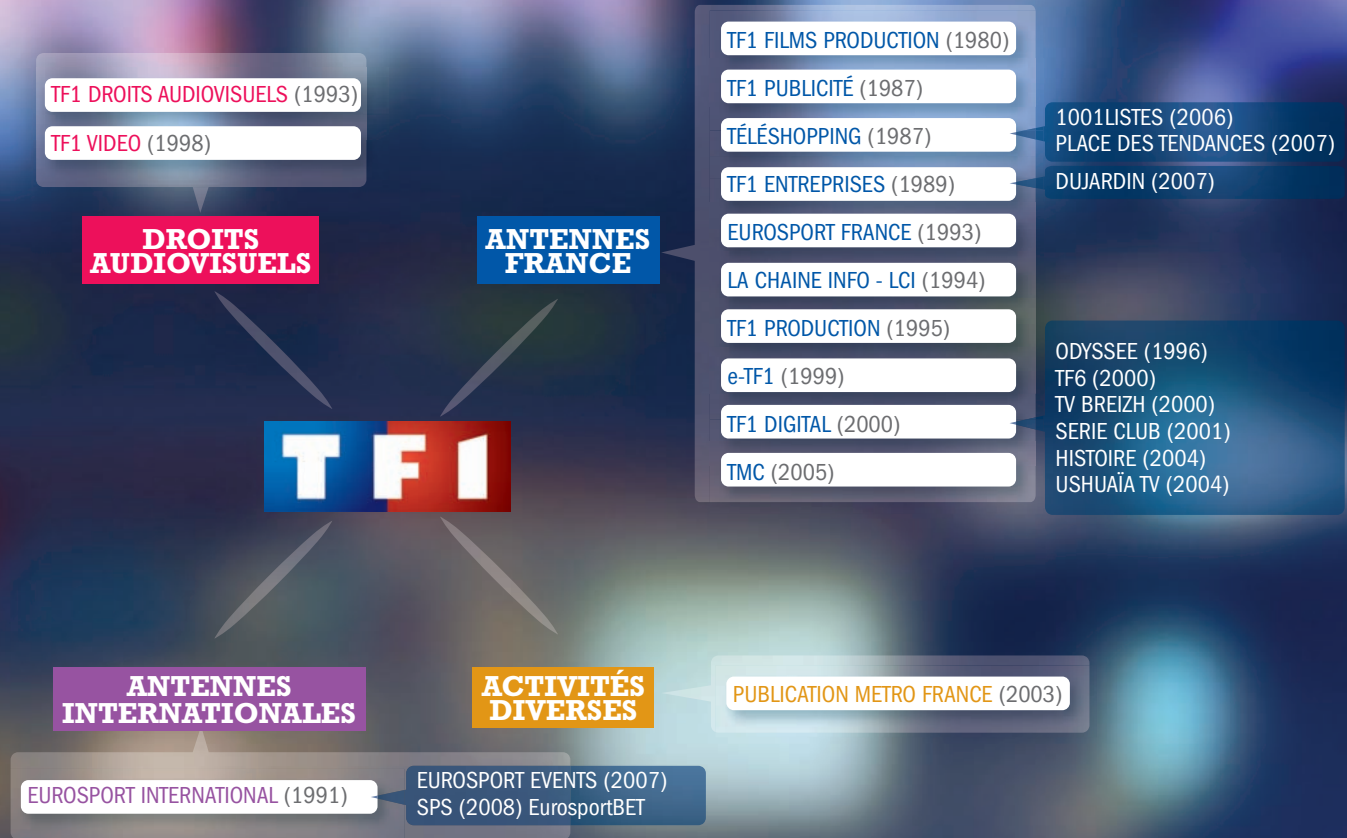


TFI & Vous 2009

1^{er} groupe d'Information et de Divertissement multicanal

Organigramme schématique du groupe TF1

Février 2010



L'année d'acquisition et/ou de création figure entre parenthèses.

Message du Président directeur général

Mesdames, Messieurs, chers actionnaires,

2009 a été l'année la plus complexe de l'histoire de TF1 privatisée mais nous n'avons jamais fléchi.

Les équipes de la régie publicitaire ont su rapidement s'adapter. Les équipes de l'Antenne et de TF1 Production se sont mobilisées pendant plus d'un an pour imaginer et concevoir de nombreuses nouveautés. Dans tous les genres de programmes, nous avons connu des réussites, qui contribuent à maintenir nos audiences à des niveaux que beaucoup nous envient.

Les filiales ont elles aussi apporté leur lot de satisfaction. LCI Radio qui monte en puissance sur le Web, les refontes en profondeur des sites TF1.fr, TF1News ou Excessif.com, le portail MyTF1 ou encore TF1 Player sur l'iPhone illustrent notre capacité à innover. Le renouveau éditorial d'Ushuaïa TV, d'Odysée et d'Histoire et leur passage au 16/9 nous permettent de disposer aujourd'hui d'une offre documentaire ciblée de grande qualité. Le groupe Eurosport renforce ses positions, grâce notamment aux performances des chaînes HD, à ses audiences Internet et au lancement réussi de l'application sur iPhone.

Le dynamisme de nos équipes s'est également révélé dans nos activités de distribution, qu'il s'agisse des licences, des jeux ou encore des ventes d'albums et des spectacles Cléopâtre et Mozart ; chez TF1 Vidéo encore, notre offre VOD

riche de 6 500 titres qui propose notamment la diffusion, en exclusivité et en VOST, de séries américaines moins de 24 H après leur diffusion aux Etats-Unis.

La rigueur imposée par les circonstances dans la gestion de l'Entreprise nous a poussés à accroître notre créativité, à être encore plus performants et nous a permis de réaliser une centaine de millions d'euros d'économies.

A aucun moment, les collaborateurs n'ont ménagé leurs efforts pour nous assurer les succès dont nous avons besoin. Avec le soutien sans faille de Martin Bouygues et la solidarité de notre équipe de direction, nous avons marqué des points importants, fédéré comme jamais les énergies, conclu des partenariats inédits, renouvelé dans d'excellentes conditions nos grands contrats, renforcé notre structure financière et lancé l'acquisition de TMC et NT1.

Ainsi, en 2009, nous avons résisté, maintenu le cap sans ralentir les développements d'avenir et surtout, nous avons posé les bases d'un groupe rénové, dynamique et soudé.

En 2010, le groupe TF1 va aborder à nouveau une année économique incertaine, avec des enjeux opérationnels et financiers majeurs. Mais nous voici à nouveau à pied d'œuvre pour faire de 2010 une année de conquête, d'innovation et de réussite pour le Groupe.

Nonce Paolini

“
**Ainsi, en 2009,
nous avons
résisté, maintenu
le cap sans
ralentir les
développements
d'avenir.**”



Comité de Direction générale

Février 2010



Comité de Direction générale TF1

1. Nonce Paolini,
Président directeur général du groupe TF1

2. Arnaud Bosom,
Directeur général adjoint Stratégie,
Organisation et Marketing Groupe

3. Jean-Michel Counillon,
Secrétaire général

4. Philippe Denery,
Directeur général adjoint Finances du Groupe

5. Martine Hollinger,
Directrice générale de TF1 Publicité

6. Frédéric Ivernel,
Directeur central de
la Communication Externe

7. Jean-François Lancelier,
Directeur général adjoint de l'Antenne

8. Gilles Maugars,
Directeur général adjoint Technologies,
Systèmes d'Information, Moyens Internes
et Développement Durable

9. Catherine Nayl,
Directrice déléguée à l'Information
du Groupe

10. Jean-Pierre Paoli,
Directeur délégué
aux Affaires Internationales

11. Régis Ravanas,
Directeur délégué Diversifications

12. Jean-Pierre Rousseau,
Directeur général adjoint Ressources Humaines
et Communication Interne

13. Laurent Solly,
Président de TF1 Digital

14. Laurent Storch,
Directeur général adjoint de l'Antenne
en charge des Programmes et des Acquisitions

Comité de Direction générale du groupe TF1

15. Edouard Boccon-Gibod,
Président de TF1 Production

16. Yann Boucraut,
Directeur général
de Téléshopping

17. Michel Brossard,
Directeur général
de TF1 Entreprises

18. Pierre Brossard,
Président directeur général
de TF1 Vidéo

19. Eric Jaouën,
Secrétaire général
de l'Information du groupe TF1

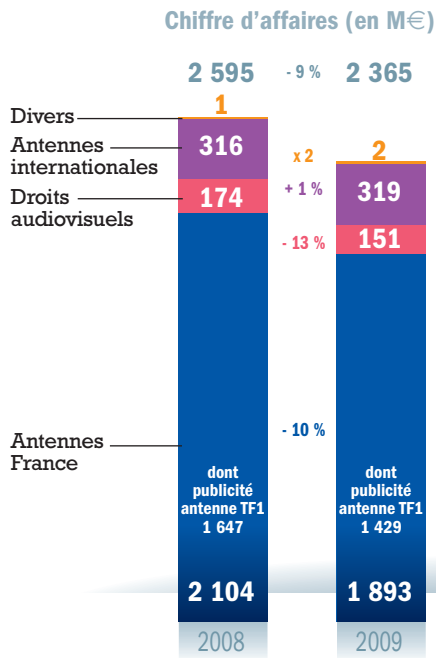
20. Laurent-Eric Le Lay,
Président d'Eurosport et Directeur des Achats
des droits sportifs du Groupe

21. Benoît Louvet,
Directeur général délégué de TF1 Publicité

22. Eric Revel,
Directeur de LCI

Chiffres clés

Données consolidées



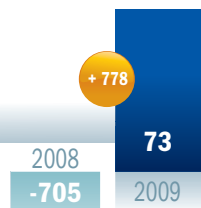
Résultat Opérationnel courant (en M€)



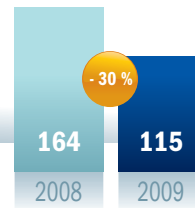
Coût de la grille Antenne TF1 (en M€ avec événements sportifs)



Trésorerie nette (en M€)



Résultat net (en M€)



3 638
 Nombre d'employés du groupe TF1
 (3 731 en 2008)



Vous informer

Informers constitue l'une des vocations du groupe TF1. Les journaux quotidiens sur la chaîne, les éditions de LCI, les magazines de société concourent à donner à chacun un éclairage fidèle et original de l'actualité.

Web (LCI.fr puis TF1News.fr), mobile (LCI mobile), radio (LCI Radio) ou encore presse écrite (participation dans Métro), le flux d'information de TF1 se déploie sur tous les canaux.

Une réactivité accrue, un approfondissement des sujets, une interactivité renforcée et une offre vidéo enrichie permettent au groupe TF1 d'être le premier pôle d'information multi-canal en France.

CLAIRE CHAZAL

JEAN-PIERRE PERNAUT

LAURENCE FERRARI

Indicateurs chiffrés

6 millions
de téléspectateurs soit
46 % de part d'audience
pour le JT de 13h*

7 millions
de téléspectateurs soit
32 % de part d'audience
pour le JT de 20h*

4 millions
de visiteurs uniques
par mois sur TF1News**

600
sujets du JT liés
au développement durable

350
journalistes
et 315 techniciens dédiés à
l'Information dans le Groupe

* Médiamétrie,
Individus âgés de 4 ans
et plus
** Panel NNR Médiamétrie

Événement

“Grâce à la puissance de nos rédactions, de nos moyens techniques et avec nos journalistes expérimentés, nous couvrons tous les Evénements et proposons des éditions spéciales du JT lorsque l’actualité l’exige.”

Laurence Ferrari, présentatrice du *Journal Télévisé TF1*



www.tf1.fr

LCI

LCI
RADIO

méTRO

EUROSPORT
NEWS

TF1
NEWS



Régie TF1

Approfondissement

“L’édition du *Journal de 13h* du samedi avec la page dédiée à une ville (*Zoom sur...*) renforce notre lien avec le public de région, ce qui est très important.”

Claire Chazal, présentatrice du *Journal Télévisé TF1*



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Media Tenor

Lors de l’édition des "Media Tenor Global TV Awards", le *Journal Télévisé de 20h* de TF1 a reçu le 2^e Prix pour la diversité de ses sujets et est arrivé 1^{er} sur 4 critères : le large panel d’entreprises citées, l’importance accordée à l’éducation, à l’environnement et à la place des femmes dans le traitement de l’information.



Semaine pour l’emploi

Interaction

“Dans le cadre de la semaine pour l’emploi, TF1, LCI, TF1News et LCI radio se sont mobilisées autour d’un engagement fort en mettant leur force de frappe au service des téléspectateurs pour les aider à trouver des solutions.”

Jean-Pierre Pernaut, présentateur du *Journal Télévisé TF1*

Indicateurs chiffrés

26 %

de part d'audience 2009
pour TF1*

100 %

des quotas de production et
de diffusion respectés

8 films

à plus de 1 million d'entrées
en salles

253 000

places vendues pour
le spectacle Mozart à Paris

4 500

vidéos éditées par TF1 Vidéo

Vous divertir

Entreprise de divertissement multi-canal, TF1 conjugue plaisir et détente au travers de ses émissions de flux en explorant toutes les formes de contact avec ses publics. Si le divertissement à domicile est naturellement associé à la chaîne, familiale et généraliste, il est également relayé par les jeux sur internet et sur mobile, la vidéo, les licences de marque et les jeux de société.

TF1 est producteur de contenus audiovisuels pour la télévision et le cinéma, ainsi que partenaire et coproducteur de comédies musicales et finance et commercialise des longs métrages.

Dépassement de soi

“Koh Lanta est LE jeu d’aventure par excellence. Il plonge des participants dans des situations extraordinaires, met en avant leurs qualités morales et leur capacité à repousser leurs limites. C’est une marque exceptionnelle.”

Denis Brogniart, journaliste et animateur TF1



Koh Lanta



Mozart, l'Opéra Rock

Spectacle

"Aventure artistique et humaine exceptionnelle, Mozart, l'Opéra Rock est également un immense succès populaire : disque de diamant, trois NRJ Music Awards, 253 000 spectateurs à Paris auxquels s'ajoutent 400 000 personnes attendues sur la tournée, avant le retour du spectacle à Paris. "

Olivier Jacobs, Directeur général adjoint de TF1 Entreprises

Évasion

“Luc Besson a inventé un univers très poétique pour ce film. Une animation 3D exceptionnelle et un casting vocal prestigieux qui ont offert 2h d’évasion aux 8 millions de téléspectateurs sur TF1.”

Nathalie Toulza Madar,

Directrice générale adjointe de TF1 Films Production



Arthur et les Minimoys



TF1.fr

TF1 VISION



TF1
FILMS PRODUCTION

TF1
VIDEO

TF1
INTERNATIONAL



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Ecoprod

TF1 et cinq partenaires ont lancé en 2009 Ecoprod pour des productions cinématographiques et audiovisuelles respectueuses de l'environnement. C'est une plate-forme d'outils dédiés aux professionnels du secteur pour les sensibiliser aux problématiques environnementales, leur proposer des solutions concrètes et partager leurs expériences.



Vous rassembler

Chaîne de l'information et de divertissement, chaîne de l'événement et du quotidien, on se retrouve sur TF1 pour des rendez-vous exclusifs, des moments d'émotions et de plaisir avec nos émissions et nos héros préférés.

Le groupe TF1 a pour vocation de fédérer le plus grand nombre autour de moments privilégiés et de répondre aux attentes de chacun, toutes générations confondues. On se retrouve aussi avec TF1, sur le web, autour de jeux de société qui permettent d'échanger, de partager et de créer des liens, naturels pour tous.

Enfin, on se retrouve tous ensemble : les équipes de TF1 & Vous multiplient les déplacements en province pour entretenir ce lien unique avec le public.

Indicateurs chiffrés

96

des 100 meilleures
audiences en 2009*

11,7
millions

de téléspectateurs pour
le match France / Irlande*

23

émissions à plus de
9 millions de téléspectateurs*

+ de 1
million

de jeux de société vendus
en 2009

* Médiamétrie,
Individus âgés de 4 ans
et plus

Visages

“A l’image de Mimie Mathy dans *Joséphine, Ange Gardien*, l’identité de TF1 tient aux visages que l’on ne trouve nulle part ailleurs. Les comédiens et les animateurs de la chaîne créent un lien unique avec notre public.”

Nathalie Laurent, Directrice artistique de la Fiction



Joséphine, Ange Gardien



Ensemble

“Qui n’a jamais joué au 1000 Bornes ? 55 ans de succès, plus de 10 millions de boîtes vendues, le 1000 Bornes est un jeu incontournable pour se divertir entre amis ou en famille.”

Bernard Montibert, Directeur général de TF1 Games - Dujardin



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Déplacements en province

En 2009, TF1 a lancé les journées de proximité dans toute la France afin de se rapprocher des téléspectateurs, de les associer à des événements conviviaux et de consolider leur lien affectif avec le Groupe. Une notion de partage et un symbole de respect !

Rendez-vous

“Nous avons été séduits par *Dr House*, rendez-vous désormais incontournable sur TF1, pour ses nombreuses particularités : sa galerie de personnages, son écriture ciselée et mordante, son ton nouveau et le concept original qui en font une série puissante et fédératrice.”

Sophie Leveaux, Directrice artistique des acquisitions



Dr House

- Electricité
- Plâtrerie Cuisine
- Aménagement SAM
- Chambre Paris Placard Fini
- Chambre n°2 Revêtement Fini
- Peintures...

Indicateurs chiffrés

12,3
millions

d'euros de dons équivalents
en valeur des espaces
publicitaires offerts

13

chaînes thématiques

6

sites internet
pure-players

3

magasins Téléshopping
en France

18 millions

d'euros de dons équivalents
en valeur des espaces
publicitaires offerts

1/mois

seule chaîne à proposer
1 film par mois
en audiodescription

Vous rassembler

Diversité dans l'ensemble des programmes, diversité des genres et dans les événements mais également des sensibilités, la diversité est intrinsèque aux valeurs de TF1. Les émissions proposées sur la chaîne permettent de réunir un public exceptionnel par sa variété. Chacun peut prolonger son expérience personnelle grâce au multimédia. L'expérience humaine, la ressemblance et l'échange sont le cœur de TF1.fr et des sites *pure-players* du Groupe. Enfin, toute l'entreprise se mobilise et s'inscrit dans une démarche d'égalité des chances, favorisant la compétence et la performance.

Proximité

“Quand Christophe Dechavanne, Jean-Pierre Foucault, Alexia Laroche-Joubert et Sandrine Quétier partent sur les routes de France pour *Le Plus Grand Quiz de France*, ils créent l'événement dans les villes qu'ils traversent. TF1, toujours plus proche de son public !”

Christophe Henriet, Directeur des variétés, des jeux et des divertissements



Le plus grand Quiz de France

Affinités

“En parallèle des offres grand public, TF1 a développé des chaînes, des sites et des services répondant aux affinités de tous, d'Eurosport à LCI ou TV Breizh, en passant par Histoire, Ushuaïa TV et Odysée, sans oublier les sites comme Place des Tendances ou Excessif.”

Christophe Sommet, Directeur Adjoint d'Odysée et Secrétaire général du Pôle Découverte

Ushuaïa TV

Odysée

histoire

Crédibilité

“Ce nouveau concept, *Harry en Immersion*, a pour but de montrer des réalités, des pratiques parfois dérangeantes, mais en les présentant de manière nuancée et argumentée.”

Harry Roselmack, présentateur et rédacteur en chef du magazine, *Harry en Immersion*



Harry en Immersion



DÉVELOPPEMENT DURABLE

La diversité récompensée

En 2009, TF1 a reçu, d'une part, le prix de la Diversité dans le cadre de l'action « entreprise et diversité » par l'Acse qui récompense les entreprises qui développent des actions pour lutter contre les discriminations et d'autre part, le trophée de la diversité en entreprise, 6^e édition. Ces récompenses soulignent l'engagement du Groupe dans le domaine de la diversité.



Vous accompagner

TF1 s'exprime désormais sur l'ensemble des supports du quotidien et est au rendez-vous à chaque fois que le public cherche de l'information et du divertissement : à la télévision avec la chaîne TF1 et l'offre de chaînes thématiques, sur Internet avec le nouveau TF1.fr, sur la télévision par ADSL avec MyTF1, sur le mobile avec TF1 Player ou en affichage extérieur avec TF1 Outdoor.

TF1, c'est désormais une offre média 360, qui fait rayonner les programmes au-delà des antennes, qui invite à rebondir entre les différents supports ainsi qu'une offre de services adaptés. Chacun peut ainsi prolonger son expérience TF1, n'importe où, quand il le souhaite, grâce à la télévision de rattrapage ou la vidéo à la demande et naviguer dans l'univers TF1 à volonté.

Indicateurs chiffrés

1^{er}

groupe média TV
français du web

17 millions

de Visiteurs Uniques
sur l'ensemble
des sites du Groupe*
par mois

750 millions

de vidéos vues
sur tf1.fr

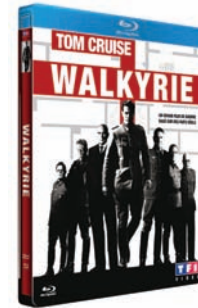
122 radios

dont l'offre publicitaire
est commercialisée par la
régie TF1 Publicité

Mobilité

“L’arme antipiratage ? La copie numérique. Redoutable d’efficacité, celle-ci permet de transférer le fichier du film sur son PC, sans aucun surcoût. L’iPhone est également devenu, avec la fonction «Remote Haxey», un réceptacle aux titres édités en Blu-ray.”

Rémi Jacob, Journaliste Ecran Total



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Eco2 Climat

Le JT de 20h présente Eco2 Climat, un indicateur mensuel qui révèle la quantité de gaz à effet de serre rejetée par les Français. Cet outil est une première européenne et permet à TF1 de renforcer la qualité et la cohérence de son information sur le développement durable.

Rebond

“TF1 investit l’ensemble des supports pour accompagner le public ! Les téléspectateurs suivent les matches de la Ligue des Champions en direct, sur la télévision, le web, le mobile et par télévision par ADSL. Ils partagent une expérience interactive et communautaire sur Facebook Connect.”

Eric Hannezo, Directeur délégué de TF1 Production en charge du sport, des magazines et des documentaires



Télévision enrichie

“Gratuit et interactif, produit accessible à tous, via les box des opérateurs partenaires, MyTF1 donne accès à l’univers enrichi de TF1 via un simple « OK » sur sa télécommande : catch-up, VOD, bonus, résumés, sport, info, jeux, services...”

Jean-Francois Mulliez, Directeur délégué à la direction des Nouveaux Médias, e-TF1





LA ROUE DE LA FORTUNE

KOH LANTA

17 aventuriers perdus dans le Pacifique
A la fin il n'en restera qu'un...

Le vendredi à 20h45



REVOIR



LE MEILLEUR de Koh Lanta

Vous surprendre

De l'originalité, de l'innovation, de l'impertinence et de l'événement, en 2010, la chaîne et le groupe TF1 surprendront encore tous les publics par des contenus inédits, pleins de promesses et totalement inattendus ainsi que par des innovations technologiques, le tout au service du spectacle.

Les téléspectateurs verront leurs émotions s'intensifier grâce à la télévision connectée, à l'interactivité, à la 3D qui continueront de transformer un simple visionnage en une expérience intense.

Pour satisfaire tous ses clients, TF1 développera encore de nouveaux services qui feront la télévision de demain !

Indicateurs chiffrés

100 %

des chaînes du Pôle Découverte lancées en *catch-up* en 2009

40

nouveautés dans la grille de rentrée 2009

1

campagne handicap

7 des 10

séries américaines les plus puissantes

6 500

programmes proposés sur TF1 vision

Interactivité

“TF1 et Samsung proposeront aux téléspectateurs de nouveaux services interactifs enrichis autour des programmes de TF1 grâce aux télévisions connectées à Internet.”

Jacques Mollet, Vice Président Exécutif de Samsung Electronics France



Ecran Samsung



Camera HD

Innovation

“TF1 veille au sein du HD Forum au dialogue régulier avec les industriels, dans la continuité de la Haute Définition. Parmi les thèmes en cours : la 3D et la consommation électrique des équipements de réception.”

Jean-Pierre Lacotte, Président du HD Forum



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Campagne Handicap

Tout simplement, la campagne de communication interne et externe autour du handicap de TF1 joue sur les mots pour mieux déjouer les idées reçues, avec un objectif double : changer la perception du handicap au travail tout en rendant visible l'engagement du groupe TF1.

Avant-première

“Proposer les séries phares quelques heures seulement après leur diffusion américaine reste le plus sûr moyen d'encourager les internautes à revenir vers l'offre légale.”

Arnaud Cuirot, Journaliste filmsactu.com



Fringe

2010, l'année du rebond

2010 sera une année prometteuse pour TF1. L'environnement économique imposera de rester vigilant, tout en poursuivant dans la voie engagée depuis deux ans. Rénové avec une direction et des collaborateurs mobilisés, des partenaires de premier rang, un actionnaire de référence en soutien, le groupe TF1 est prêt à amorcer la relance dans tous les domaines. En matière de développement durable, le bilan carbone sera étendu à l'ensemble du Groupe et les engagements pris sur la diversité seront renforcés.

Le Groupe est confiant dans sa capacité à relever les grands défis qui se présentent.

TF1 veillera à se **renforcer sur son cœur de métier : la télévision**. Il s'agira, tout en continuant à maîtriser le coût des programmes, de développer de nouveaux formats en interne et des partenariats, avec créativité et originalité. L'objectif de TF1 est de rester le seul média de masse, en proposant des programmes forts, de tous genres, exclusifs et premium et en offrant une capacité d'exposition unique

aux annonceurs. Le Groupe aura pour mission d'intégrer au mieux les chaînes TMC et NT1, une fois les accords des Autorités compétentes obtenus.

Dans le prolongement de sa stratégie, le Groupe devra **capitaliser sur les synergies avec les nouveaux médias** et poursuivre l'utilisation transverse, complémentaire et réciproque de ses programmes sous toutes les formes et sur tous les médias. Les télévisions connectées à Internet, directement sur les téléviseurs Samsung grâce au partenariat signé en 2009 ou indirectement via les boîtiers ADSL de Bouygues Telecom, démontrent la maîtrise technologique du Groupe et son avance en France en matière de formes nouvelles de divertissement et d'information ; l'interactivité avec le téléspectateur au travers de ces nouveaux médias est riche d'opportunités de développement et de croissance.

La relance consistera également à **explorer de nouveaux territoires**, et tout spécialement, celui de la construction et de la commercialisation d'une base de

clients qualifiés. Par ailleurs, avec l'ouverture du marché français aux jeux et paris en ligne, TF1 exploitera son partenariat avec la Française des Jeux et développera sa marque EurosportBET.com, notamment à l'international.

Enfin, le groupe TF1 se fera fort de **poursuivre l'effort de gestion** qu'il a entamé depuis 2008, en adaptant son modèle économique aux nouvelles conditions de marché et en apportant, dans un contexte général encore incertain, une vigilance toute particulière à la recherche de synergies. Il conviendra de trouver un bon équilibre entre dépenses d'acquisition de droits, facteurs clés d'audience et de perception des chaînes, et recettes associées (publicité et abonnement) afin de préserver la rentabilité du Groupe.

2010 sera donc encore une année riche en initiatives de tous genres. Les collaborateurs et la Direction générale sont plus que jamais mobilisés pour remporter de beaux et de nombreux succès !

Notre ambition

S'adresser à **tous** en fédérant autour de rendez-vous exclusifs et partagés avec la télévision grand spectacle

Permettre à **chacun** de prolonger son expérience personnelle grâce au multimédia et à nos activités affiliées

Renforcer **notre relation avec les téléspectateurs** sur le web pour s'ouvrir à de nouvelles formes de commercialisation

Améliorer nos **performances économiques** tout en investissant pour l'avenir

Retrouvez le livret TF1 & Vous 2009 en téléchargeant l'application sur iPhone ou en vous connectant sur www.tf1finance.com

Crédits Photos

Service photo TF1
DR

Vos contacts

Par téléphone
De France : 01 41 41 12 34
De l'étranger : +33 1 41 41 12 34

Vos interlocuteurs
Service Juridique / Actionnaires individuels
01 41 41 25 43

Par Internet
comfi@tf1.fr (relations investisseurs)
telespec@tf1.fr (services téléspectateurs)

Communication Externe TF1 / Journalistes
01 41 41 23 78

Par courrier
TF1
1 Quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Billancourt Cedex

Communication Financière TF1 / Analystes financiers et investisseurs institutionnels
01 41 41 27 32

Sites Internet

www.tf1.fr
www.tf1finance.com

ON SE RETROUVE SUR 

TÉLÉVISION FRANÇAISE 1 - TF1

Société Anonyme au capital de 42 682 098,40 €

Siège social : 1, Quai du Point du Jour - 92100 BOULOGNE BILLANCOURT
326 300 159 RCS NANTERRE