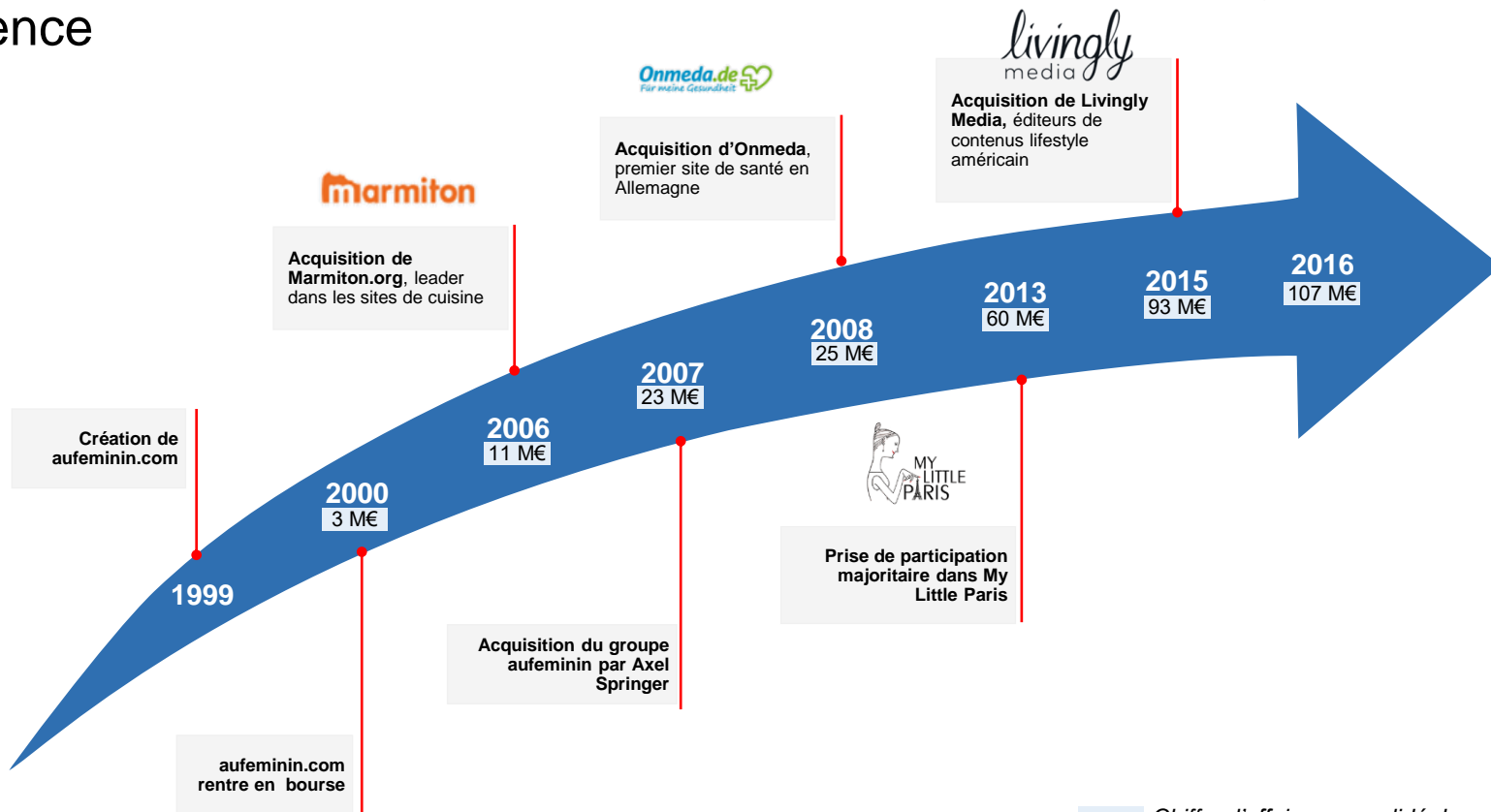




Offre ferme pour l'acquisition de aufeminin

Une étape majeure dans la transformation digitale
du Groupe TF1

aufeminin s'est construit et transformé pour être un acteur digital de référence



Chiffre d'affaires consolidé du groupe aufeminin

aufeminin rassemble un portefeuille unique de marques leader et à forte notoriété autour de verticales clés

EUROPE (France, Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni)

Mode /
Beauté

aufeminin

Cuisine

marmiton

Parentalité

netmums

Santé

Onmeda

Lifestyle

MY LITTLE
PARIS

aufeminin
Club des Expertes

Gretel

MERCI
ALFRED

B Beautiful Box
by aufeminin

GAMBETTES
BOX

MY LITTLE
BOX

Etats-Unis

Mode / Beauté

STYLEBISTRO

Déco

Lonny

People

ZIMBIO

Lifestyle

livingly

Japon

Lifestyle

MY LITTLE
BOX

Business model reposant sur la vente de box

aufeminin est un acteur digital de référence sur tous les supports

aufeminin a su fédérer de solides communautés autour de ses marques

- **Plus de 129 millions d'utilisateurs⁽¹⁾ dans le monde** sur ses plateformes et réseaux digitaux (desktop, tablette, mobile, print, réseaux sociaux) dont 20 millions en France
- **Plus de 7 millions de membres⁽²⁾ sur les réseaux sociaux**
- **Près de 17 millions de téléchargements⁽³⁾ pour l'appli Marmiton**
- **4 millions d'abonnés⁽⁴⁾ à la Newsletter My Little Paris**
- **Acteur leader des multi-écrans** : 15% des utilisateurs⁽⁵⁾ se rendent sur aufeminin.com via plusieurs supports (ordinateur et / ou mobile et / ou tablette)
- **Forte présence sur mobile** : 58% des utilisateurs⁽⁵⁾ se rendent sur le site via leur téléphone portable en France

(1) Source : audience mensuelle non dédoublée Web, Mobile et Tablettes (Google Analytic septembre 2017)

(2) Source : société

(3) Source : Médiamétrie//NetRatings–InternetGlobal(3écrans)–Juillet2017

(4) Source : société

(5) Source : Médiamétrie - Mediametrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – Aout 2017 – Base : 15 ans et plus – Copyright Mediametrie//NetRatings

Une audience puissante et engagée, au service des marques et du commerce

1

Reach

2

Engagement

3

Conversion

spécial 3-6 ans, des cadeaux qui aident à devenir grand



Rituel anti-déprime : 5 idées à ad



FORUM
AU FÉMININ

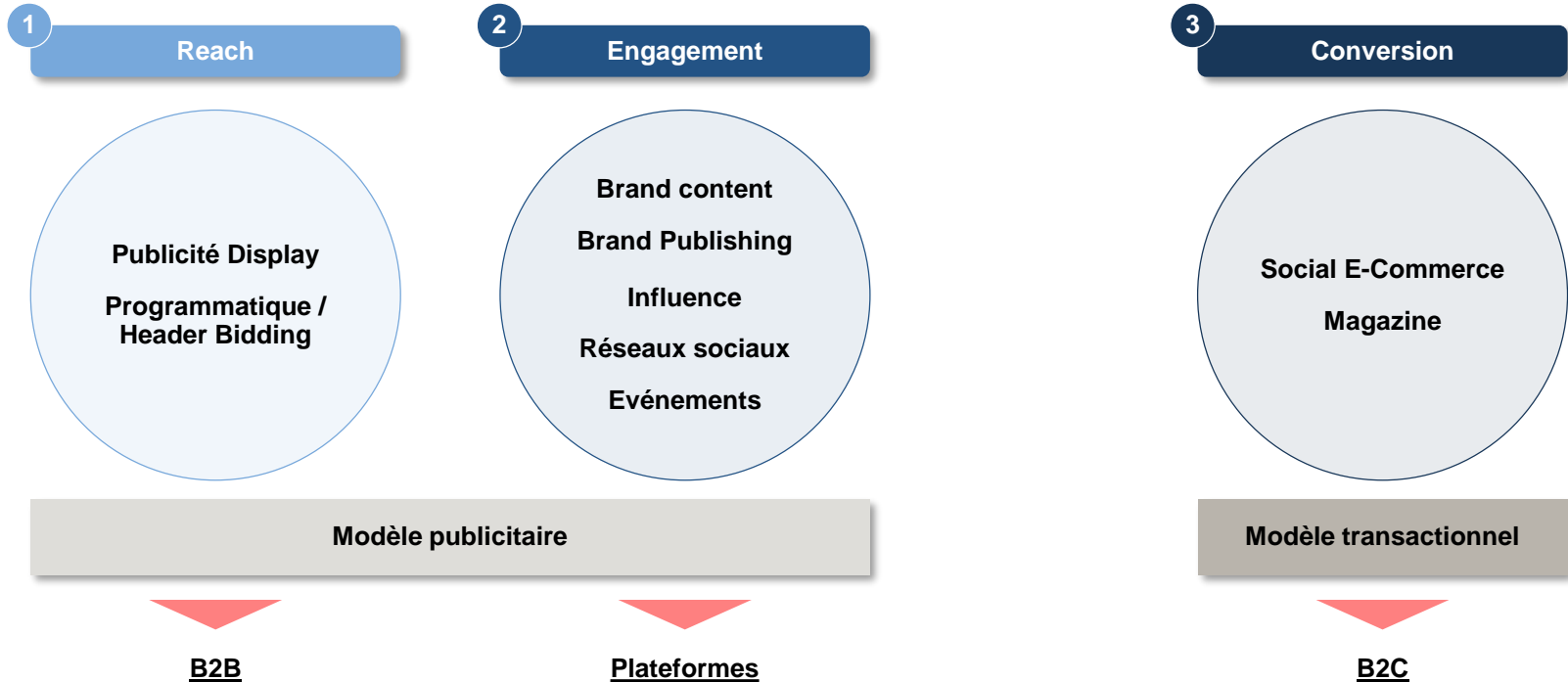


Visiteurs uniques

Communautés engagées

Consommateurs-acheteurs

Un modèle multi canal de monétisation des audiences et des communautés



aufeminin est un acteur de référence positionné pour répondre aux enjeux digitaux à venir

aufeminin

Un portefeuille de marques et de contenus uniques

Des talents de premier plan et un esprit entrepreneurial

Une technologie de monétisation puissante

Un modèle international bien établi dans 7 pays et une présence dans plus de 20 pays

Un business modèle équilibré (part du display inférieure à 10% du CA)

Un actif rentable et générateur de trésorerie

Le rapprochement entre TF1 et aufeminin sera créateur de valeur



Un reach augmenté

Une offre cross media

Une nouvelle offre pour les annonceurs

aufeminin

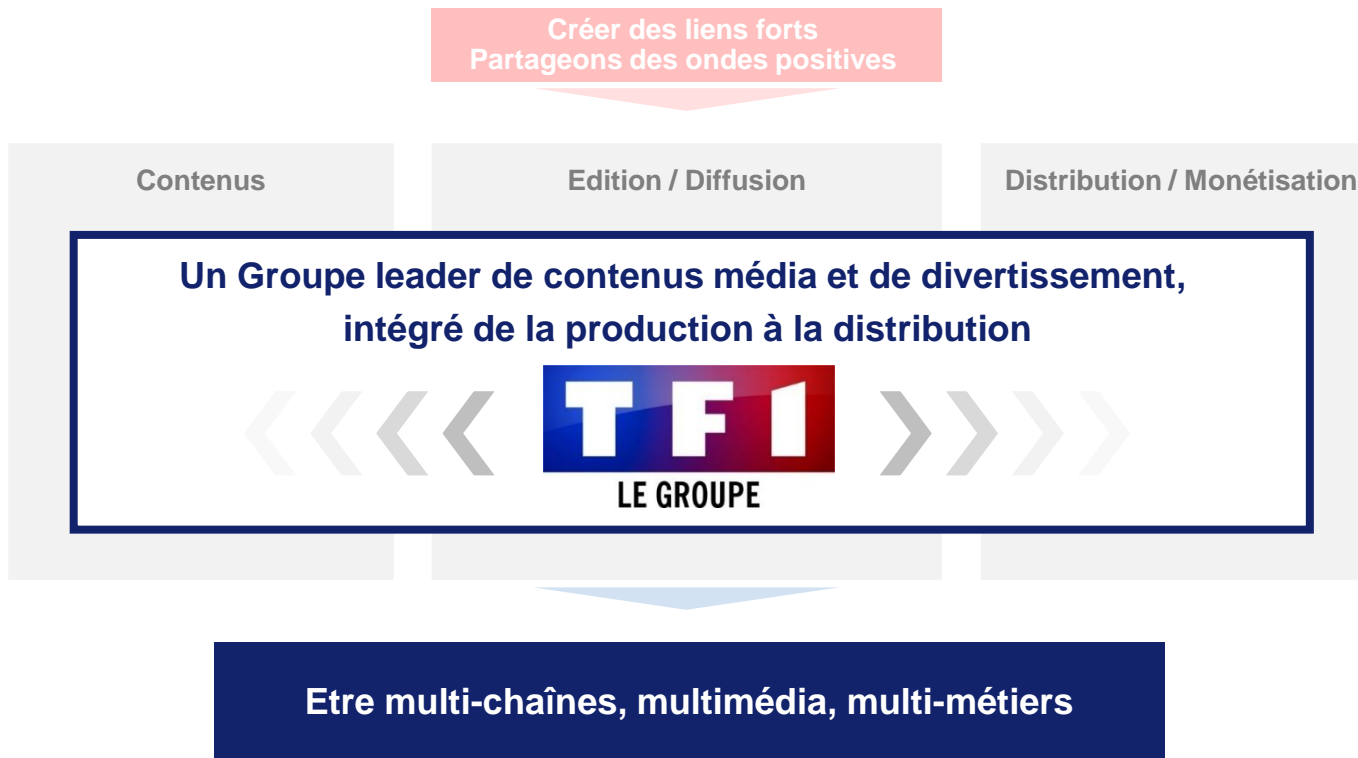
- Production de contenus vidéos
- Accélération du développement
- Visibilité
- Relations annonceurs

- **Savoir-faire dans la création et l'animation de communautés** (en particulier sur la cible féminine)
- **Nouveau mode de communication** avec les annonceurs
- **Savoir-faire dans le social e-commerce**
- **Culture entrepreneuriale, de l'agilité**

L'opération contribuera à faire **évoluer le modèle économique du Groupe** et participera à sa transformation :

- 1 Au travers des activités de aufeminin, le modèle de la pub TV s'enrichit de **nouveaux modes de relation désintermédiés avec les annonceurs**
- 2 Le Groupe va pouvoir bénéficier de **l'expérience technologique développée sur le web en termes de commercialisation et de valorisation des espaces pub**
- 3 L'offre va s'enrichir de **nouveaux territoires du type social e-commerce / événementiel de marques / réseaux sociaux / communautés**

Ce projet réaffirme le déploiement de la stratégie du Groupe TF1 (1/2)



Ce projet réaffirme le déploiement de la stratégie du Groupe TF1 (2/2)

Éléments Marché

- Un positionnement sur le **marché en croissance de la publicité digitale**
- Un **renforcement dans le domaine des contenus digitaux** en croissance
- Au travers des activités de aufeminin, de **nouvelles possibilités d'aider les marques à parler à leurs consommateurs/trices, de façon innovante et engageante**
- **Une monétisation publicitaire reposant de plus en plus sur la programmation**

Éléments Business model

- Une transaction **relative en marge pour le Groupe TF1**
- Un **complément fort et innovant** à la publicité traditionnelle
- **Des relais de croissance en CA comme en ROP** (social e-commerce, événements, réseaux sociaux, influence...)
- Une **augmentation du poids du digital**

L'opération contribuera à faire évoluer le modèle économique du Groupe et participera à sa transformation

Projet d'opération

- Acquisition de la participation d'Axel Springer Holding GmbH dans aufeminin SA (78,4%) à un prix de 38,74€ par action
 - 45,7% de prime sur le cours de bourse spot non affecté (vendredi 8 décembre 2017)
- Offre publique d'acquisition sur le solde du capital, avec retrait obligatoire si le seuil de 95% du capital est atteint
- Deux conditions à l'opération : l'autorisation des autorités de concurrence française et autrichienne
- Projet d'opération soumis à l'information consultation des représentants du personnel du groupe aufeminin et à l'information des représentants du personnel d'Axel Springer

Une acquisition relative pour le Groupe TF1 et qui lui permet de garder toute sa flexibilité stratégique

Montant de la transaction

365 M€

Trésorerie nette du Groupe TF1 à fin septembre 2017

297 M€

Chiffre d'affaires 2016

107,3 M€

(dont c.53% à l'international)

EBITDA 2016

24,7 M€

(marge : 23%)

ROP 2016

17,8 M€

(marge : 17%)

Conclusion

Une **accélération de la transformation du Groupe**, via l'acquisition ciblée d'un acteur de référence sur le marché de la publicité digitale en France et à l'international

Une **expansion de l'offre du Groupe à de nouveaux territoires en forte croissance** comme le « social e-commerce » et les communautés

Un **impact immédiatement relatif sur les principaux agrégats financiers** du Groupe, grâce à une rentabilité significative de aufeminin

Une **transaction créatrice de valeur pour les actionnaires**, qui ouvre de nouvelles perspectives de croissance

Annexe

Des marques à la notoriété incomparable

Italy



Top 10 dei siti preferiti nella categoria « Femminili »

Posizione	Sito internet	Voti (in %)
1	alfemminile.com	24,1%
2	donnamoderna.com	16,2%
3	donnad.it	8,1%
4	style.it	6,4%
5	gossipnews.it	2,9%
6	donne.virgilio.it	2,8%
7	elle.it	2,1%
7	quimamme.corriere.it	2,1%
8	marieclaire.it	2,0%
8	yoox.com	2,0%
9	mamma.it	1,9%
10	matrimonio.it	1,8%

Base : 2 998 internautes che hanno dichiarato di consultare regolarmente siti femminili [1]

Spain



Top 10 de los sites preferidos en la categoría « Femeninos »

Ranking	Site Internet	Votos (en %)
1	enfemenino.com	17,7%
2	cosmohispano.com	12,3%
3	vogue.es	9,5%
4	elle.es	6,5%
5	hola.com	5,1%
6	glamour.es	5,1%
7	decoracion.facilissimo.com	4,1%
8	telva.com	3,9%
9	cuerpomente.es	2,8%
10	mujeractual.com	2,7%

Base : 1 261 internautes que declaran consultar regularmente los sites femeninos [1]

France



Top 10 des sites préférés dans la catégorie « Féminins »

Rang	Site internet	Votes (en %)
1	aufeminin.com	14,1%
2	femmeactuelle.fr	10,3%
3	doctissimo.fr	6,9%
4	elle.fr	5,1%
5	madmoizelle.com	4,6%
6	psychologies.com	3,6%
7	cosmopolitan.fr	3,3%
7	journaldesfemmes.com	3,3%
9	voici.fr	3,1%
10	marieclaire.fr	2,3%
10	purepeople.com	2,3%

Base : 5 995 visiteurs réguliers de sites féminins (beauté, mode, people...) [2]

Top 10 des sites préférés dans la catégorie « Cuisine »

Rang	Site internet	Votes (en %)
1	marmiton.org	50,3%
2	750g.com	9,1%
3	cuisineaz.com	6,0%
4	recettefacile.com	3,0%
5	cuisineactuelle.fr	2,1%
6	supertoinette.com	1,8%
7	journaldesfemmes (rubrique cuisine)	1,5%
8	atelierdeschefs.fr	1,4%
8	aufeminin.com (rubrique cuisine)	1,4%
10	ptitchef.com	1,3%

Base : 15 218 visiteurs réguliers de sites de cuisine