

Boulogne-Billancourt, le 9 novembre 2010

Un chiffre d'affaires consolidé en croissance de + 12 % sur les 9 mois
Un résultat opérationnel courant multiplié par 4 à 125 millions d'euros

Le Conseil d'administration de TF1, réuni le 9 novembre 2010 sous la Présidence de Nonce Paolini, a arrêté les comptes des neuf premiers mois 2010.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	S1 2010	S1 2009	Var. %	T3 2010	T3 2009	Var. %	9M 2010	9M 2009	Var. %
Chiffre d'affaires	1 285	1 130	+ 14 %	541	498	+ 9 %	1 826	1 628	+ 12 %
<i>Publicité Antenne TF1</i>	765	687	+ 11 %	306	280	+ 9 %	1 071	967	+ 11 %
<i>Autres activités</i>	520	443	+ 17 %	235	218	+ 8 %	755	661	+ 14 %
Résultat opérationnel courant	104	38	x 3	21	- 5	na	125	33	x 4
Résultat opérationnel	104	38	x 3	117	- 5	na	221	33	x 7
Coût de l'endettement financier net	- 10	- 10	-	- 6	- 5	- 20 %	- 16	- 15	- 7 %
Résultat net	74	49	+ 51 %	96	2	x 48	170	51	x 3

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 s'établit à 1 826 millions d'euros, soit une croissance de 12 % par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2009.

La chaîne TF1 enregistre une croissance de 11 % de son chiffre d'affaires publicitaire, qui s'élève à 1 071 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires des activités de diversification progresse de 14 % pour atteindre 755 millions d'euros. Il intègre 33 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, ainsi que le chiffre d'affaires de TMC et NT1 à 100 % à compter du 1^{er} juillet 2010.

Un troisième trimestre dynamique

Chiffre d'affaires par activité (M€)	S1 2010	S1 2009	Var. %	T3 2010	T3 2009	Var. %	9M 2010	9M 2009	Var. %
Antennes France	1 044	913	+ 14 %	425	375	+ 13 %	1 469	1 288	+ 14 %
Droits Audiovisuels	60	69	- 13 %	22	35	- 37 %	82	104	- 21 %
Antennes Internationales	181	147	+ 23 %	94	88	+ 7 %	275	235	+ 17 %
Divers	-	1	na	-	-	na	-	1	na
Total groupe TF1	1 285	1 130	+ 14 %	541	498	+ 9 %	1 826	1 628	+ 12 %

Le chiffre d'affaires du Groupe s'établit à 541 millions d'euros, au troisième trimestre de l'exercice, soit une progression de 9 %.

Les revenus publicitaires de la chaîne TF1 atteignent 306 millions d'euros, en hausse de 9 % par rapport au troisième trimestre de l'année 2009.

Sur ce trimestre, la chaîne TF1 a enregistré d'excellents résultats d'audience durant les heures offrant un fort potentiel d'exposition aux annonceurs. Ainsi, depuis le début de l'année, TF1 est la seule grande chaîne nationale à progresser en *prime time*, rassemblant en moyenne 6,2 millions de téléspectateurs⁽¹⁾ (+ 1 % en un an).

Troisième trimestre 2010 : un résultat opérationnel courant de 21 millions d'euros

Résultat opérationnel courant par activité (M€)	S1 2010	S1 2009	Var. (M€)	T3 2010	T3 2009	Var. (M€)	9M 2010	9M 2009	Var. (M€)
Antennes France	83	32	+ 51	13	- 7	+ 20	96	25	+ 71
Droits Audiovisuels	- 6	- 15	+ 9	- 2	- 7	+ 5	- 8	- 22	+ 14
Antennes Internationales	27	23	+ 4	10	13	- 3	37	36	+ 1
Divers	-	- 2	+ 2	-	- 4	+ 4	-	- 6	+ 6
Total groupe TF1	104	38	+ 66	21	- 5	+ 26	125	33	+ 92

Au troisième trimestre de l'exercice, le coût de la grille de la chaîne TF1 s'établit à 211 millions d'euros, soit 2 millions d'euros de plus qu'au troisième trimestre 2009, alors même qu'il inclut 18 millions d'euros de coûts pour la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Sur les 9 premiers mois de l'année 2010, le coût de la grille de la chaîne TF1 s'élève à 693 millions d'euros contre 664 millions d'euros un an plus tôt, incluant 78 millions d'euros pour la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Ainsi, depuis le début de l'année, le coût de grille, hors Coupe du Monde, ressort à 615 millions d'euros en baisse de 49 millions d'euros, dont 16 millions d'euros pouvant être considérés comme des économies récurrentes.

De plus, la renégociation des contrats hors droits de programmes génère une économie récurrente de 3 millions d'euros, qui s'ajoutent aux 6 millions d'euros déjà constatés au 30 juin 2010. Ainsi, la maîtrise des frais généraux et l'optimisation des coûts dans l'ensemble des filiales du Groupe permettent une forte progression du résultat opérationnel courant au cours du troisième trimestre 2010, à 21 millions d'euros, contre une perte de 5 millions d'euros au troisième trimestre 2009 et une perte de 42 millions d'euros au troisième trimestre 2008.

Un résultat opérationnel courant positif, sur le troisième trimestre, n'avait pas été atteint depuis l'année 2005.

Intégration de TMC et de NT1 : 96 millions d'euros de produit opérationnel non courant

A la suite de l'intégration de TMC et de NT1 et conformément aux normes comptables en vigueur, les quotes-parts antérieurement détenues ont été réévaluées, sur la base d'une juste valeur des sociétés estimée par un expert indépendant. Cette réévaluation a généré un produit de 96 millions d'euros, comptabilisé en autres produits opérationnels non courants.

Résultats des neuf mois

Le plan d'optimisation a généré 25 millions d'euros d'économies récurrentes depuis le début de l'année.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, le résultat opérationnel courant s'établit donc à 125 millions d'euros, contre 33 millions d'euros un an avant. A ce résultat s'ajoutent les 96 millions d'euros de produit opérationnel non courant. Le résultat opérationnel des neuf mois ressort ainsi à 221 millions d'euros.

Le coût de l'endettement financier s'élève à -16 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2010, du fait de l'emprunt obligataire qui génère une charge financière nette des produits de trésorerie. Les autres produits et charges financiers s'élèvent à - 4 millions d'euros, contre 24 millions d'euros un an plus tôt, l'écart provenant de la prise en compte de l'actualisation de la juste valeur de l'option de vente des 9,9 % de Canal+ France, dans les comptes à fin septembre 2009.

La quote-part des sociétés mises en équivalence s'élève à 7 millions d'euros, la participation de 33,5 % que le groupe TF1 conserve dans les autres activités du Groupe AB n'étant plus consolidée par mise en équivalence, mais inscrite au bilan en actifs financiers non courants.

Le résultat net des neuf premiers mois 2010 est de 170 millions d'euros, contre un résultat net, un an plus tôt, de 51 millions d'euros, qui incluait la revalorisation de la participation dans Canal+ France à hauteur de 31 millions d'euros.

Une situation financière solide

Au 30 septembre 2010, les capitaux propres de TF1 sont de 1 485 millions d'euros pour un total bilan de 3 729 millions d'euros.

Sur neuf mois, les actifs non courants augmentent de 323 millions d'euros, à 1 466 millions d'euros, l'essentiel de la variation provenant de l'acquisition complémentaire de TMC et de NT1.

L'endettement financier net à fin septembre 2010 est de 8 millions d'euros.

L'emprunt obligataire de 500 millions d'euros, arrivant à échéance le 12 novembre 2010, sera remboursé à partir de la trésorerie disponible du Groupe.

Perspectives 2010

La croissance des activités au troisième trimestre, meilleure qu'attendue, permet au Groupe de relever sa prévision de chiffre d'affaires consolidé, pour l'année 2010, de 2 530 millions d'euros (+ 7 %) à 2 555 millions d'euros (+ 8 % par rapport à 2009).

Retrouver l'intégralité des comptes et annexes sur le site TF1finance.com

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.

(1) Source Médiamétrie

TF1 - CONTACTS

Direction des Relations Investisseurs / Investor Relations – 00 33 1 41 41 27 32. Courriel / email : comfi@tf1.fr

ON SE RETROUVE SUR 



Rapport de gestion

9 premiers mois 2010

Sommaire

CHIFFRES CLES CONSOLIDES	4
CONTRIBUTIONS AU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE PAR ACTIVITE	5
PRINCIPAUX EVENEMENTS 2010	6
RAPPORT DE GESTION.....	8
PRESENTATION ANALYTIQUE DU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	24
PRESENTATION DES COMPTES CONSOLIDES AU 30 SEPTEMBRE 2010	25
BILAN CONSOLIDE	25
BILAN CONSOLIDE – SUITE	26
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	27
ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES	28
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES	28
TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES	29
NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES	30

Chiffres clés consolidés

<i>en millions d'euros</i>	9M 2010	9M 2009	Année 2009 (12 mois)
Chiffre d'affaires consolidé	1 826,0	1 628,5	2 364,7
<i>Recettes Publicité Antenne TF1</i>	<i>1 071,1</i>	<i>966,9</i>	<i>1 429,4</i>
<i>Recettes des autres activités</i>	<i>754,9</i>	<i>661,6</i>	<i>935,3</i>
Résultat opérationnel courant	124,9	32,7	101,3
Résultat opérationnel	220,8	32,7	101,3
Résultat net	170,1	50,7	114,5
Capacité d'autofinancement*	159,8	100,5	185,8
Total Capitaux propres	1 485,3	1 329,1	1 396,6
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-)	- 8,3	- 787,1	72,8
Bénéfice net par action (€)	0,80	0,24	0,54
Bénéfice net dilué par action (€)	0,79	0,24	0,53
	9M 2010	9M 2009	Année 2009 (12 mois)
Nb moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	213 396	213 396	213 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	11,4	12,0	12,9
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,4	2,6	2,8

* Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt.

Contributions au compte de résultat consolidé par activité

<i>en millions d'euros</i>	Chiffre d'affaires			Résultat opérationnel courant		
	9M 2010	9M 2009	2009	9M 2010	9M 2009	2009
ANTENNES FRANCE	1 468,8	1 288,6	1 893,0	96,4	24,9	87,8
TF1 SA ^a	1 080,5	973,2	1 443,9	56,1	1,3	44,0
Téléshopping	80,9	75,8	103,7	3,9	2,6	4,0
Chaînes thématiques France ^b	169,1	140,5	194,3	18,4	13,0	15,1
TF1 Entreprises	23,7	22,2	39,1	1,4	- 1,0	- 1,6
Production ^c	13,0	14,1	22,1	1,3	4,4	1,8
e-TF1	54,4	51,8	72,8	1,8	- 4,3	- 3,4
Divers ^d	47,2	11,0	17,1	13,5	8,9	27,9
DROITS AUDIOVISUELS	82,3	104,3	151,0	- 8,0	- 22,5	- 22,5
Catalogue ^e	31,0	40,5	57,6	1,1	- 11,2	- 9,4
TF1 Vidéo ^f	51,3	63,8	93,4	- 9,1	- 11,3	- 13,1
ANTENNES INTERNATIONALES ^g	274,9	234,7	319,2	36,5	35,7	41,3
Eurosport International	274,2	234,7	319,2	43,5	35,7	42,3
SPS	0,7	-	-	- 7,0	- 2,0	- 3,0
France 24	-	-	-	-	2,0	2,0
ACTIVITES DIVERSES ^h	-	0,9	1,5	-	- 5,4	- 5,3
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	1 826,0	1 628,5	2 364,7	124,9	32,7	101,3

^a dont SNC Aphélie.

^b dont Eurosport France, LCI, TV Breizh, TMC, NT1, TF6, Série Club, Odyssee, Histoire, Ushuaïa TV, TF1 Digital et TF1 Thématiques.

^c entités de production télévisuelle et cinématographique.

^d dont principalement TF1 Publicité, TF1 Expansion et TF1 DS qui porte la revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

^e dont principalement TF1 Droits Audiovisuels, TF1 International, UGC Distribution, Telema et TCM.

^f y compris CIC.

^g Eurosport International, SPS et France 24 (les actions France 24 ont été cédées à la société Audiovisuel Extérieur de la France - AEF- le 12 février 2009).

^h Top Ticket.s (Pilipli). Cette société a été cédée le 17 novembre 2009.

Chiffre d'affaires trimestriel

<i>en millions d'euros</i>	T1 2010	T1 2009	Var 10/09	T2 2010	T2 2009	Var 10/09	T3 2010	T3 2009	Var 10/09
ANTENNES FRANCE	480,5	435,4	+ 10,4 %	562,9	477,6	+ 17,9 %	425,4	375,6	+ 13,3 %
DROITS AUDIOVISUELS	32,4	33,0	- 1,8 %	27,6	35,9	- 23,1 %	22,3	35,4	- 37,0 %
ANTENNES INTERNATIONALES	84,0	69,2	+ 21,4 %	97,2	78,1	+ 24,5 %	93,7	87,4	+ 7,2 %
ACTIVITES DIVERSES	-	0,3	ns	-	0,6	ns	-	-	ns
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	596,9	537,9	+ 11,0 %	687,7	592,2	+ 16,1 %	541,4	498,4	+ 8,6 %

Principaux évènements 2010

Janvier

11 janvier 2010 : TF1 signe la Charte de la diversité qui marque l'engagement de l'Entreprise dans ce domaine.

26 janvier 2010 : l'Autorité de la Concurrence rend sa décision autorisant l'opération de rachat par TF1 en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB.

Février

2 février 2010 : TF1 et La Française des Jeux, premier opérateur grand public de jeu en France, annoncent leur accord de partenariat d'une durée de 3 ans, qui permettra de mettre à disposition des téléspectateurs et des internautes un espace dédié aux jeux sur le site TF1.fr.

11 février 2010 : TF1 remporte le Trophée d'argent au *TOP COM Corporate Business 2010* de la meilleure campagne dans la catégorie « Communication Interne » pour sa campagne de sensibilisation au Handicap, réalisée par l'agence Publicis Consultants.

15 février 2010 : le Groupe lance MyTéléfoot, la première plate-forme multi-écrans dédiée aux jeunes sur le football.

15 février 2010 : TF1, France Télévisions et le Groupe Canal+ concluent un accord pour l'exploitation des droits de diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Le groupe TF1 cède ainsi à France Télévisions et au Groupe Canal+ le droit de diffuser en direct 37 des 64 matches de la compétition.

Mars

8 mars 2010 : TF1 Publicité, e-TF1 et HighCo, leader européen du *couponing* et de l'échantillonnage, lancent TF1 CONSO, une offre promotionnelle transverse inédite combinant une visibilité télévisuelle et des opérations sur le Web et le terrain.

8 mars 2010 : TF1, qui détenait déjà via sa filiale Eurosport, 50 % du capital de la société SPS, porte sa participation à 100 %, en rachetant les 50 % détenus par le fonds d'investissement Serendipity.

9 mars 2010 : le Trophée Décision Achats, catégorie "Professionnalisation des Achats", est décerné à TF1 par le magazine Décision Achats. Il récompense la mobilisation du Groupe autour du Projet Achats lancé fin 2007.

23 mars 2010 : le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel autorise l'opération de rachat par TF1 en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB.

Avril

6 avril 2010 : l'Assemblée Nationale vote la loi sur l'ouverture des jeux en ligne. Pour encadrer ces paris, l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne (ARJEL) a été spécialement créée.

15 avril 2010 : la campagne publicitaire « L'Hommage » a une nouvelle fois été primée à l'occasion du 25^{ème} grand prix de l'Association pour la Promotion de la Presse Magazine (APPM).

Mai 2010

3 mai 2010 : signature d'un partenariat entre TF1 et l'opérateur leader Orange en vue d'offrir aux abonnés d'Orange le portail MyTF1 sur la Livebox ainsi qu'une offre de divertissements TF1 sur l'Internet et les mobiles Orange.

6 mai 2010 : lancement de la nouvelle version du site WAT.tv, plateforme vidéo du groupe TF1.

25 mai 2010 : TF1 annonce qu'elle diffusera 5 matches de la Coupe du Monde de Football de la FIFA 2010 en 3D.

Juin 2010

8 juin 2010 : SPS obtient deux licences délivrées par l'ARJEL lui permettant d'opérer sur le marché français des paris sportifs et du poker en ligne, sous la marque EurosportBET et EurosportPoker.

11 juin 2010 : Groupe AB et TF1 ont finalisé l'opération visant au rachat par TF1 en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de la chaîne TMC détenus par Groupe AB.

17 juin 2010 : record d'audience pour le match France / Mexique avec 15,2 millions de téléspectateurs, pour une part d'audience de 56 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus¹. Il s'agit de la 15^{ème} meilleure audience pour un match de football, depuis la création du Médiamat (1989).

29 juin 2010 : MyTF1 reçoit le premier prix dans la catégorie « Design et Graphisme » lors des *International Interactive TV Awards*.

Juillet 2010

2 juillet 2010 : publication des résultats du premier baromètre d'opinion du groupe TF1 avec un fort taux de participation de 68 %.

11 juillet 2010 : la finale de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 Pays-Bas – Espagne, a réuni 14,1 millions de téléspectateurs, soit la meilleure audience pour un match de football sans équipe française depuis la création du Médiamat.

Août 2010

30 août 2010 : lancement du nouveau site internet AutomotoCompare.fr, comparateur d'assurance en ligne s'appuyant sur l'expertise de la marque Automoto et des offres de près de 50 assureurs du marché auto et moto.

Septembre 2010

1 septembre 2010 : la Fondation d'entreprise TF1 accueille sa 3^{ème} promotion toujours dans le cadre de son action en vue de développer l'insertion professionnelle.

1 septembre 2010 : ouverture de la filiale d'Eurosport à Lisbonne, au Portugal, chargée de produire la version portugaise d'Eurosport.

8 septembre 2010 : départ du Défi Intégration à bord du Jolokia avec un équipage mixte, composé de 6 marins dont 2 handicapés, pour tenter un record océanique de 9 000 miles entre Lorient et l'île Maurice via le Cap de Bonne-Espérance.

11 septembre 2010 : lancement du nouveau logo d'Ushuaïa TV.

12 septembre 2010 : TF1 reçoit deux prix au douzième Festival de la Fiction TV de La Rochelle, celui du Meilleur Scénario pour le téléfilm *Un divorce de chien* et celui du Meilleur Téléfilm Comédie attribué à *Vieilles Canailles*.

13 septembre 2010 : conférence de rentrée et présentation des programmes au Palais Brongniart.

14 septembre 2010 : première conférence de rentrée organisée pour les téléspectateurs en partenariat avec le journal Métro.

16 septembre 2010 : création de la Direction générale adjointe des Acquisitions et du Négoce des droits audiovisuels du groupe TF1, afin d'adapter les structures et les processus à l'évolution du contexte concurrentiel et à une diffusion optimale de l'offre de contenus et de chaînes.

23 septembre 2010 : EurosportBET obtient la licence pour opérer les paris hippiques et fait désormais partie des trois seuls sites autorisés à opérer les trois produits proposés en France (les paris sportifs, les paris hippiques et le poker en ligne).

¹ Source : Médiamétrie

Rapport de gestion

Boulogne-Billancourt, le 9 novembre 2010

Faits marquants de l'exercice

Les faits marquants sont présentés en note 1 de l'annexe aux comptes consolidés au 30 septembre 2010.

Changement de méthode comptable

Aucun changement n'a été mis en œuvre au troisième trimestre 2010.

Chiffre d'affaires consolidé

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, sur les neuf premiers mois de l'année 2010, s'établit à 1 826,0 millions d'euros, en amélioration de 197,5 millions d'euros (+ 12,1 %) par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2009.

Il se décompose en :

- 1 071,1 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une amélioration de 104,2 millions d'euros (+ 10,8 %).
- 754,9 millions d'euros de chiffre d'affaires des diversifications, soit une amélioration de 93,3 millions d'euros (+ 14,1 %), incluant 33 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 au deuxième trimestre 2010. Hors revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, le chiffre d'affaires des diversifications est en progression de 9,1 %, notamment grâce à l'intégration de TMC et de NT1 à compter du 1^{er} juillet 2010 et à la poursuite des bonnes performances de Eurosport International.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, au troisième trimestre 2010, s'établit à 541,4 millions d'euros, en amélioration de 43,0 millions d'euros (+ 8,6 %).

Il se décompose en :

- 306,5 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une amélioration de 26,1 millions d'euros (+ 9,3 %). La progression des volumes enregistrée au premier semestre 2010 s'est poursuivie durant l'été et au mois de septembre, malgré une base de comparaison de plus en plus élevée.
- 234,9 millions d'euros de chiffre d'affaires des diversifications, soit une amélioration de 16,9 millions d'euros (+ 7,8 %).

Coût de la grille

Le coût de la grille de la chaîne TF1, incluant les événements sportifs exceptionnels tels que la Coupe du Monde de la FIFA 2010, s'élève à 693,1 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2010, contre 664,3 millions d'euros un an plus tôt.

Cette augmentation de 28,8 millions d'euros s'explique par :

- 77,6 millions d'euros résultant de la diffusion de 27 matches de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 en juin et en juillet 2010. Pour mémoire, les droits des 27 matches que TF1 a choisi de diffuser (en juin et en juillet) sont valorisés à 70,0 millions d'euros ; les coûts de production s'élèvent à 7,6 millions d'euros.
- 48,8 millions d'euros d'économies dont :
 - 14,3 millions d'euros s'expliquant par le remplacement de certains programmes par les matches de football aux mois de juin et juillet ;
 - 34,5 millions d'euros réalisés sur le reste des programmes.

Au troisième trimestre 2010, le coût de la grille de la chaîne TF1 s'élève à 210,5 millions d'euros, contre 209,0 millions d'euros un an plus tôt.

Cette augmentation de 1,5 million d'euros s'explique par :

- 17,5 millions d'euros de droits et de coûts de production de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 pour les six matches diffusés en juillet ;
- 16,0 millions d'euros d'économies dont :
 - 3,5 millions d'euros s'expliquant par le remplacement de certains programmes par les matches de football au mois de juillet ;
 - 12,5 millions d'euros d'économies réalisées sur le reste des programmes.

Pour mémoire, le coût de grille du troisième trimestre 2009 était en recul de 26 millions d'euros par rapport au coût de grille du troisième trimestre 2008, résultant d'une forte prise en compte de la saisonnalité, en termes d'audiences et de recettes publicitaires, dans les coûts de programmes et se traduisant notamment par une proportion plus importante de rediffusions à l'Antenne durant l'été.

Cette stratégie a été renouvelée avec succès durant l'été 2010, les audiences et les recettes s'étant maintenues à des niveaux très satisfaisants.

Efforts continus d'optimisation

Sur les 12,5 millions d'euros d'économies réalisées, au troisième trimestre 2010, sur le reste des programmes, 4,0 millions d'euros peuvent être considérés comme récurrents. Ces économies proviennent de la poursuite des renégociations de certains contrats et de l'optimisation de la programmation.

Ainsi, sur les 34,5 millions d'euros d'économies réalisées sur le coût de grille sur les neuf premiers mois de l'année 2010, 16,0 millions peuvent être considérés comme des économies récurrentes.

La renégociation des contrats fournisseurs (hors droits) a généré 3,0 millions d'économies au troisième trimestre 2010, et donc 9 millions d'économies récurrentes à fin septembre 2010.

Après 32 millions d'euros d'économies en 2008, 74 millions d'économies en 2009, le groupe TF1 réalise donc 25 millions d'euros d'économies récurrentes supplémentaires au cours des neuf premiers mois de l'année 2010.

Résultat opérationnel courant

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 124,9 millions d'euros, soit une progression de 92,2 millions d'euros par rapport aux neuf premiers de l'année 2009.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 6,8 % pour les neuf premiers mois de l'année 2010, contre 2,0 % un an auparavant et 4,3 % pour l'ensemble de l'année 2009.

Au troisième trimestre, le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 20,5 millions d'euros, soit une progression de 25,3 millions d'euros par rapport au troisième trimestre 2009.

Le taux de marge opérationnelle courante du troisième trimestre s'établit à 3,8 %.

Résultat opérationnel

Le 11 juin 2010, le groupe TF1 a pris le contrôle des sociétés TMC, TMC Régie et NT1.

Dans les comptes consolidés du 30 septembre 2010, conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises qui prévoit la revalorisation de la participation détenue antérieurement à la prise de contrôle, l'opération TMC et NT1 se traduit par la comptabilisation en résultat d'un produit de 95,9 millions d'euros.

En effet, la juste valeur des quotes-parts détenues des chaînes a été évaluée par un cabinet d'experts indépendants à 429 millions d'euros.

Compte tenu du prix d'acquisition des quotes-parts acquises en 2010 de 191,7 millions d'euros et d'une valeur nette comptable des quotes-parts acquises antérieurement de 134,9 millions d'euros, un produit de

réévaluation, net des coûts d'acquisition, de 95,9 millions d'euros a été comptabilisé en autres produits opérationnels.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, le résultat opérationnel s'établit donc à 220,8 millions d'euros.

Résultat

Le coût de l'endettement financier net passe de - 15,3 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2009 à - 15,7 millions d'euros à fin septembre 2010, l'amélioration de la trésorerie nette moyenne étant compensée par l'absence de résultat positif sur les couvertures de taux.

Les autres produits et charges financiers sont de - 4,2 millions d'euros au 30 septembre 2010 contre 23,7 millions d'euros un an plus tôt. L'écart provient notamment :

- de la prise en compte de l'actualisation de la juste valeur de l'option de vente des 9,9 % de Canal + France (pour 30,7 millions d'euros) dans les comptes à fin septembre 2009 ;
- de la prise en compte, dans les comptes à fin septembre 2009, d'une charge non récurrente relative la variation de juste valeur des actifs et passifs financiers et d'une variation de valeur favorable sur couverture de change sur les neuf premiers mois de l'année 2010.

A fin septembre 2010, la charge d'impôt s'élève à 38,0 millions d'euros, en augmentation de 35,2 millions d'euros. Pour mémoire, la variation de juste valeur de l'actif financier Canal + France en 2009 et la revalorisation des quotes-parts antérieures détenues dans TMC et NT1 en 2010 ne sont pas imposables.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'établit à 7,2 millions d'euros à fin septembre 2010, à comparer à 12,4 millions d'euros à fin septembre 2009.

Le groupe TF1 a conservé une participation de 33,5 % dans les autres activités de Groupe AB évaluée à 155 millions d'euros et a octroyé à l'équipe dirigeante une option d'achat exerçable à tout moment jusqu'au 12 juin 2012 pour un prix de 155 millions d'euros.

En application de la norme IAS 27 – Etats financiers consolidés et individuels, du fait de l'octroi par le groupe TF1 d'une option d'achat exerçable à tout moment, cette participation n'est plus consolidée par mise en équivalence mais inscrite au bilan en actifs financiers non courants à sa valeur de marché, soit 155 millions d'euros.

Ainsi, le résultat net des neuf premiers mois de l'année 2010 s'élève à 170,1 millions d'euros contre 50,7 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2009.

Le résultat net du troisième trimestre 2010 s'établit à 96,2 millions d'euros contre 1,7 million au troisième trimestre 2009.

Pour mémoire, le résultat net du troisième trimestre 2009 incluait la revalorisation du *put* Canal + France à hauteur de 30,7 millions d'euros. Le résultat net du troisième trimestre 2010 inclut la revalorisation des quotes-parts détenues antérieurement pour 95,9 millions d'euros.

Structure Financière

Au 30 septembre 2010, les capitaux propres de TF1 sont de 1 485,3 millions d'euros pour un total bilan de 3 728,7 millions d'euros.

Dans les comptes consolidés du 30 septembre 2010, conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises qui prévoit la revalorisation de la participation détenue antérieurement à la prise de contrôle, l'opération TMC et NT1 se traduit par la comptabilisation au bilan d'un goodwill provisoire de 401,5 millions d'euros.

L'endettement financier net à fin septembre 2010 est de 8,3 millions d'euros contre une trésorerie nette de 72,8 millions au 31 décembre 2009 et un endettement financier net de 787,1 millions d'euros au 30 septembre 2009. L'écart sur un an provient, d'une part, de la cession par TF1 fin 2009 de la participation de 9,9 % détenue dans Canal+ France et, d'autre part, de l'acquisition en juin 2010 de la participation complémentaire de TF1 dans les chaînes TMC et NT1.

Au 30 septembre 2010, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 155,5 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires, permettant au Groupe de conserver une situation financière solide. Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul.

La structure financière du groupe TF1 demeure saine.

L'emprunt obligataire émis le 12 novembre 2003 arrive à échéance le 12 novembre 2010.

Le capital de 500 millions d'euros et les intérêts de la période 2009-2010, pour un montant de 22 millions d'euros, seront remboursés à partir de la trésorerie disponible du Groupe.

Après remboursement de l'emprunt obligataire, le besoin de financement moyen du Groupe sera financé par tirage sur les lignes de crédit bancaire confirmées de TF1. Ce portefeuille de lignes de crédit confirmées est renouvelé régulièrement en fonction des tombées d'échéance des lignes (maturités de 3 à 5 ans selon les lignes) afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

Le groupe TF1 fait l'objet d'une notation par Standard & Poor's. Le 7 juillet 2010, Standard & Poor's a revu la perspective de TF1 de « stable » à « positive » tout en confirmant la note de crédit du Groupe « BBB / A-2 ».

Perspectives 2010

La croissance des activités au troisième trimestre, meilleure qu'attendue, permet au Groupe de relever sa prévision de chiffre d'affaires consolidé, pour l'année 2010, de 2 530 millions d'euros (+ 7 %) à 2 555 millions d'euros (+ 8 % par rapport à 2009).

1. Antennes France

Le pôle Antennes France génère un chiffre d'affaires de 1 468,8 millions d'euros, en croissance de 14,0 % et un résultat opérationnel courant de 96,4 millions d'euros sur les neuf premiers mois 2010, soit une hausse de 71,5 millions d'euros par rapport aux neuf premiers mois 2009. Le taux de marge opérationnelle courante des neuf premiers mois 2010 s'établit à 6,6 % contre 1,9 % sur la même période 2009.

1.1. Antenne TF1

Au cours des neuf premiers mois 2010, la reprise du marché publicitaire permet à la chaîne TF1 de réaliser un chiffre d'affaires de 1 080,5 millions d'euros, en croissance de 107,3 millions d'euros, et un résultat opérationnel courant de 56,1 millions d'euros, en hausse de 54,8 millions d'euros qui intègre le coût de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Le chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne est en hausse de 10,8 % à 1 071,1 millions d'euros.

La chaîne TF1²

A fin septembre 2010, la consommation de télévision est particulièrement dynamique et affiche un record de durée d'écoute par Français de 3h25 (soit + 6 minutes en un an). Les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats regardent toujours plus la télévision : la durée d'écoute est en hausse de 9 minutes à 3h36. C'est le deuxième niveau le plus élevé jamais observé sur cette cible (le record de 3h48 ayant été atteint à fin septembre 2007).

Au 30 septembre 2010, 96 % des Individus âgés de 4 ans et plus en France ont accès à une offre de 18 chaînes ou plus, soit 11 points de plus qu'une année auparavant. Le *switch-off* des premières régions françaises entraînent la numérisation des foyers et stimulent les ventes de postes de télévision qui atteignent, depuis le début de l'année, des niveaux records à plus de 8 millions de ventes au 30 septembre 2010.

La croissance des chaînes de la TNT gratuite se poursuit ; elles atteignent désormais 19,4 % de part d'audience contre 14,6 % sur la même période de 2009, soit une croissance de + 33 % (Individus âgés de 4 ans et plus).

Dans un univers aussi fragmenté, les chaînes historiques sont toutes impactées par la progression des chaînes de la TNT. A fin septembre 2010, la part d'audience de TF1 s'établit à 24,5 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, contre 26,3 % à fin septembre 2009. La part d'audience réalisée sur la cible des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats s'établit, sur cette même période, à 28,1 % contre 29,9 % un an plus tôt.

Conformément à sa stratégie, TF1 continue d'enregistrer d'excellents résultats aux heures offrant un fort potentiel de monétisation, affichant un écart sur son challenger plus important qu'en ensemble journée, et plus encore sur les cibles publicitaires. En *prime time*, TF1 est la seule grande chaîne nationale à gagner de nouveaux téléspectateurs en un an (+ 1 %), et obtient une moyenne de 6,2 millions de téléspectateurs pour les neuf premiers mois de 2010. L'écart avec son premier concurrent passe de + 2,5 millions à + 2,7 millions de téléspectateurs (périodes de janvier – septembre 2009 et 2010).

Enfin, la chaîne réalise 49 des 50 meilleures audiences. Elle est la seule chaîne à réaliser des audiences à plus de 9 millions de téléspectateurs (21 émissions à fin septembre 2010 contre 20 à fin septembre 2009) entre janvier et septembre 2010. Sur cette période, elle rassemble, à 6 reprises (versus 4 un an plus tôt), plus de 10 millions de téléspectateurs.

La politique éditoriale adoptée par TF1, qui s'appuie sur une offre fédératrice et événementielle a permis à la chaîne de se classer numéro 1 dans tous les genres de programmes qu'elle propose.

Fiction française : ces programmes permettent à TF1 de réaliser les 10 meilleures audiences en *prime time* à fin septembre 2010.

Parmi ces succès, notons ceux de l'offre comédie du lundi soir, avec des fictions unitaires telles que *Clem* (9,4 millions de téléspectateurs et 2,8 millions de vidéos vues sur TF1.fr) ou *Folie douce* (7,4 millions de téléspectateurs), ou bien avec des marques telles que *Joséphine*, *Ange Gardien* (8,5 millions de téléspectateurs pour le 50^{ème} épisode), *Une Famille Formidable* (jusqu'à 8,4 millions de téléspectateurs) ou *Camping Paradis* (un record à 7,9 millions de téléspectateurs).

Les fictions policières sont également performantes, avec notamment, *Julie Lescaut* (7,5 millions de téléspectateurs), la saison 2 de *Profilage* (6,7 millions de téléspectateurs), ou *Section de Recherche* (7,4 millions de téléspectateurs).

Programmes de flux : autour de grands événements en direct, de variétés, de jeux ou de magazines, les programmes de TF1 ont rassemblé le plus grand nombre. Notons plus particulièrement :

- en *prime time*

² Source : Médiamétrie - Leadership sur la durée des *prime time* de TF1

Source : Données eStat, streaming TV

- *Les Enfoirés, la Crise de Nerfs* avec 11,6 millions de téléspectateurs et *La dernière de Gad Elmaleh* en direct avec 6,8 millions de téléspectateurs,
- *Koh Lanta*, qui a réuni jusqu'à 8,3 millions de téléspectateurs, séduit sur le web 6 millions de visiteurs uniques sur son site officiel et généré plus de 8,7 millions de vidéos vues.
- *Masterchef*, le nouveau programme de TF1, qui a rassemblé à fin septembre 2010 en moyenne 4,2 millions de téléspectateurs (jusqu'à minuit). Le programme attire notamment les cibles publicitaires avec 31 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.
- en access
 - *Le Juste Prix* avec 5,1 millions de téléspectateurs en moyenne, et un record à 6,3 millions de téléspectateurs,
 - *La Roue de la Fortune* et *Une famille en Or*, avec respectivement 3,9 millions et 3,8 millions de téléspectateurs en moyenne.
- en seconde partie de soirée :
 - *Secret Story 4*, l'émission de télé-réalité, a rassemblé 2,9 millions de téléspectateurs tout en étant particulièrement performant sur les jeunes (53 % de part d'audience sur les 15-24 ans). 179 millions de vidéos ont été vues sur Internet, confirmant la stratégie de rebond entre Antenne et Internet.
 - *Opération Tambacounda*, un nouveau format, qui rassemble 2,3 millions de téléspectateurs.

Jeunesse : avec ses marques reconnues comme *Dora l'Exploratrice, Les Mini-justiciers, Totally Spies, Bob l'Eponge, Casper*, TFou est l'offre préférée des enfants avec une moyenne de 25 % de part d'audience sur les 4-10 ans au cours des neuf premiers mois 2010.

Séries américaines : les cinq séries les plus performantes en *prime time* sont sur TF1 :

- *Mentalist* s'est installée à la première place du palmarès avec 8,4 millions de téléspectateurs pour les deux saisons inédites et un record à 9,8 millions de téléspectateurs. Sur le site TF1.fr, 5,1 millions de vidéos de cette série ont été vues. *Esprits Criminels* a, quant à elle, rassemblé 7,7 millions de téléspectateurs en moyenne avec un record à 8,5 millions de téléspectateurs. *Dr House* a réalisé des audiences très élevées avec un record à 9,1 millions de téléspectateurs. *Les Experts* et *Les experts Miami* affichent des records respectifs à 8,3 millions et 7,2 millions de téléspectateurs sur cette période.

Cinéma : 9 des 10 meilleures audiences en *prime time* au cours des trois premiers trimestres 2010 sur TF1, avec notamment un record d'audience pour *L'âge de Glace 2* (7,7 millions de téléspectateurs) et de beaux résultats pour *Benjamin Gates et le Trésor des Templiers* (7,0 millions de téléspectateurs) ou *Enfin Veuve !* (6,9 millions de téléspectateurs).

Information : l'Information du Groupe affirme son leadership au quotidien et confirme une capacité unique à rassembler très largement tous les Français, avec des dispositifs exceptionnels lorsque l'actualité l'exige. Les éditions de 13h et 20h ont réalisé des records à 8,2 millions de téléspectateurs pour le *Journal de 13h* (9 janvier) et à 10,4 millions de téléspectateurs pour le *Journal de 20h* (11 mai). Les journaux d'information sont par ailleurs des programmes forts sur le web avec 22 millions de vidéos consommées chaque mois en moyenne.

A noter également :

- l'excellente performance de l'émission *Paroles de Français* diffusée en *prime time* avec 8,6 millions de téléspectateurs,
- le record d'audience de *Reportages* avec 6,1 millions de téléspectateurs,
- le record de *Sept à Huit* avec 5,8 millions de téléspectateurs,
- ou encore les performances du nouveau magazine de deuxième partie de soirée présenté par Harry Roselmack (1,6 million de téléspectateurs pour *Harry Roselmack avec les SDF*).

Sport³ : la saison de La Ligue des Champions a rassemblé en moyenne 6,7 millions de téléspectateurs et le match de qualification à l'Euro 2012, France-Biélorussie, a réuni 8,7 millions de téléspectateurs.

Ainsi, TF1 confirme son statut de grande chaîne populaire et familiale française avec pour ambition d'informer, de rassembler, d'émouvoir et de divertir le plus grand nombre.

Régie publicitaire⁴

A fin septembre 2010, les investissements publicitaires plurimédias (hors internet) sont en hausse de 11,4 %.

³ Voir paragraphe plus loin sur la Coupe du Monde de la FIFA 2010

⁴ Kantar Media Intelligence

La télévision (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite), demeure depuis le premier trimestre 2010 le premier média investi, avec une part de marché de 35,4 % et des recettes brutes de 5,5 milliards d'euros à fin septembre 2010, affichant une croissance de 17,3 %, principalement du fait du regain des investissements des télévisions nationales (+ 12,7 % soit + 419 millions d'euros) et de la hausse des investissements de la TNT gratuite (+ 38,5 % soit + 340 millions d'euros).

La presse reste le second média investi en France pour le troisième trimestre consécutif, avec des recettes brutes de 5,1 milliards d'euros, en hausse de 7,9 % (soit + 371 millions d'euros), à fin septembre 2010.

Dans ce contexte, la chaîne TF1 voit ses recettes brutes augmenter sur les neuf premiers mois de l'année 2010 de 11,9 % par rapport à la même période en 2009. La part de marché publicitaire de TF1 sur l'univers TTV s'établit à 40,9 %, en recul de 1,9 point sur un an.

La totalité des secteurs, à l'exception des éditions, sont en croissance, en termes d'investissements publicitaires bruts sur les neuf premiers mois de l'année 2010. Les recettes brutes liées au secteur de l'alimentation progressent de 7,0 % à fin septembre 2010, le secteur hygiène-beauté affiche une croissance de 9,2 %, tout comme le secteur automobile-transports qui croît de 21,2 %, notamment grâce à l'anticipation du Mondial de l'Automobile en octobre 2010. L'édition, secteur actuellement en restructuration, affiche une baisse des investissements de 8,5 % sur les neuf premiers mois de l'année 2010.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, la demande s'est révélée soutenue, entraînant une croissance des volumes importants, malgré une base de comparaison de plus en plus difficile.

Afin de reprendre progressivement de la valeur, la stratégie commerciale de la régie publicitaire a donc été orientée dans deux directions :

- TF1 a poursuivi sa stratégie de segmentation mise en place en 2009, permettant une hausse des tarifs sur les zones à fort potentiel de monétisation, principalement sur la tranche horaire 19h-25h et notamment grâce à la Coupe du Monde de la FIFA 2010 au cours des deuxième et troisième trimestres,
- TF1 a développé et mis à disposition des annonceurs l'outil Media Way (TNS World Panel) qui mesure en permanence l'efficacité des campagnes TV sur les ventes et qui positionne TF1 comme le support publicitaire le plus efficace.

Les revenus publicitaires nets des neuf premiers mois 2010 ressortent donc en croissance de 10,8 % à 1 071,1 millions d'euros avec un premier trimestre en hausse de 13,0 % à 362,8 millions d'euros, un deuxième trimestre qui croît de 9,9 % à 401,8 millions d'euros et enfin un troisième trimestre en progression de 9,3 % à 306,5 millions d'euros.

Coupe du Monde de la FIFA 2010

Le deuxième et le troisième trimestre 2010 ont été marqués par la Coupe du Monde de la FIFA 2010, évènement majeur pour le groupe TF1. Tout au long de cette compétition, le Groupe a réalisé de réelles performances et de nombreux records sur ses différents canaux.

Pour rappel, sur TF1, la chaîne a rassemblé en moyenne sur l'ensemble des 27 matches, 7,1 millions de téléspectateurs pour 40 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus, 33 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et, pour les matches diffusés en *prime time*, 8,9 millions de téléspectateurs pour 39 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. TF1 réalise le record d'audience de l'année 2010, le 17 juin, pour le match France - Mexique, avec 15,2 millions de téléspectateurs et une part d'audience de 56 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 51 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Il s'agit également de la 15^{ème} meilleure audience pour un match de football, depuis la création du Médiamat en 1989⁵.

Sur les magazines, TF1 obtient le record d'audience pour un magazine de deuxième partie de soirée (depuis 2000) qui s'établit à 7,7 millions de téléspectateurs (40 % de part d'audience) pour *Coupe du Monde FIFA 2010, le Mag*, et le record d'audience pour *Téléfoot, au Cœur des Bleus* (depuis 2007) à plus de 2,9 millions de téléspectateurs (20 juin).

La finale Pays-Bas – Espagne le 11 juillet, avec 14,1 millions de téléspectateurs, représente la meilleure audience pour un match de football sans équipe française, depuis la création du Médiamat⁴.

⁵ Source : Médiamétrie

1.2. Téléshopping

Sur les neuf premiers mois 2010, le pôle Téléshopping affiche une croissance de 6,7 % avec une contribution au chiffre d'affaires consolidé de 80,9 millions d'euros contre 75,8 millions d'euros un an plus tôt. Cette évolution s'explique principalement par la performance de l'activité *Infomercials* soutenue par de nouveaux contrats de diffusion avec les chaînes de la TNT et du câble-satellite, ainsi que par les bons résultats de Place des Tendances durant la période des soldes d'été.

Les efforts de réduction de coûts et d'accroissement des marges sur les produits des différentes activités ont permis de générer un résultat opérationnel courant de 3,9 millions d'euros, en hausse de 50,0 % par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2009.

1.3. Chaînes thématiques⁶

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'élève à 169,1 millions d'euros à fin septembre 2010, soit une progression de 20,4 %, notamment du fait de l'intégration du chiffre d'affaires de TMC et NT1 à compter du 1^{er} juillet 2010.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques, pour le troisième trimestre 2010, s'élève à 61,2 millions d'euros, soit une progression de 42,3 % par rapport au troisième trimestre 2009, à la suite de l'intégration de TMC et de NT1. A périmètre comparable, la croissance de chiffre d'affaires des chaînes thématiques aurait été de 8,6 %.

Sur les neuf mois 2010, les recettes d'abonnement des chaînes payantes affichent une hausse de 6,1 %. Les recettes publicitaires affichent une progression de 42,9 % ; les excellents résultats de TMC, NT1, TV Breizh ou Eurosport France permettent notamment de compenser le retrait de la publicité sur les autres chaînes du pôle, les chaînes du câble-satellite étant en concurrence directe avec celles de la TNT gratuite.

A fin septembre, le résultat opérationnel courant du pôle est de 18,4 millions d'euros, soit une hausse de 41,5 %.

Au troisième trimestre, le résultat opérationnel courant des chaînes thématiques s'établit à 6,6 millions d'euros, soit une croissance de 46,7 %. A périmètre comparable, la croissance du résultat opérationnel courant aurait été de 20,0 %.

A la suite de l'intégration de TMC et de NT1 et conformément aux normes comptables en vigueur, les quotes-parts antérieurement détenues ont été réévaluées, sur la base d'une juste valeur des sociétés estimée par un expert indépendant. Cette réévaluation a généré un produit exceptionnel, comptabilisé en autres produits opérationnels.

TMC

Au mois de septembre 2010, TMC réalise 3,6 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Ces succès permettent à la chaîne généraliste, leader de la TNT, d'être la cinquième chaîne nationale en France (ex-æquo avec Canal+). Elle obtient 3,8 % de part d'audience sur la cible publicitaire des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

En moyenne, sur neuf mois, TMC réalise des parts d'audience sur ces mêmes cibles de respectivement 3,2 % (soit + 0,7 point par rapport à la même période en 2009) et 3,5 % (soit + 0,8 point par rapport à la même période en 2009). TMC affiche une progression continue des audiences de la chaîne notamment sur les cibles publicitaires.

Le record d'audience pour TMC, au 30 septembre 2010, s'établit à 1,7 million de téléspectateurs lors de la diffusion de *La Ligne Verte*. A 15 reprises depuis le début de l'année (contre 2 un an auparavant), TMC a réuni plus de 1,2 million de téléspectateurs. 794 000 téléspectateurs regardent TMC en *prime time*, soit une hausse de + 39 % en un an.

Par ailleurs, l'Autorité de la Concurrence et le CSA ont rendu leur décision, respectivement le 26 janvier et le 23 mars, autorisant la prise de contrôle de TMC et de NT1 par TF1, sous réserve d'engagements comportementaux et d'engagements visant à garantir le pluralisme et la diversité de l'offre des programmes⁷.

⁶ Source : Médiamat / Médiaplanning et MédiaCabSat / MédiamatThématik

⁷ Les engagements pris par TF1 sont détaillés en page 52 du document de référence 2009

Le 23 avril, le Conseil d'Etat a décidé d'écarter la demande de référé de M6, laquelle tendait à voir suspendre les décisions de l'Autorité de la Concurrence et du CSA.

Ainsi, le 11 juin 2010, Groupe AB et TF1 ont finalisé l'opération de rachat en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de la chaîne TMC détenus par Groupe AB.

L'intégration de TMC et NT1 a pris effet le 1^{er} juillet 2010.

NT1

Au mois de septembre 2010, NT1 réalise 1,5 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Elle se classe ainsi treizième chaîne nationale. Elle obtient 1,8 % de part d'audience sur la cible publicitaire des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et 2,0 % sur la cible des 25-49 ans.

En moyenne, sur neuf mois, NT1 réalise des parts d'audience sur ces mêmes cibles de respectivement 1,5 % (soit + 0,1 point par rapport à la même période en 2009) et 1,4 % (soit - 0,1 point par rapport à la même période en 2009). Elle obtient 1,8 % sur la cible des 25-49 ans (soit + 0,1 point par rapport à la même période en 2009).

NT1⁸ a été intégrée dans le groupe TF1 depuis le 1^{er} juillet 2010.

Eurosport France

L'évolution du nombre d'abonnés payants est stable à 7,5 millions, au 30 septembre 2010, par rapport au 30 septembre 2009. La croissance des abonnés en Belgique francophone compensent un léger retrait d'abonnés en France. Les recettes d'abonnement sont en hausse sur la période. Le succès de la Haute Définition démontre, par ailleurs, la capacité d'Eurosport France à fidéliser ses téléspectateurs et sa maîtrise des avancées technologiques.

Les revenus publicitaires de la chaîne sont en hausse, soutenus par la popularité de l'événement de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Les recettes publicitaires sur Internet sont en hausse ; le site a attiré 2,9 millions de visiteurs uniques au mois de septembre 2010, soit une progression de 7 % sur un an. La version française est le deuxième site sportif en France.

En matière de droits, Eurosport France a renouvelé son contrat portant sur les droits de la Ligue 2 et de la Coupe de France de football.

Le résultat opérationnel courant est en hausse sur les neuf premiers mois 2010, malgré un coût de grille en légère hausse du fait de la diffusion des Jeux Olympiques de Vancouver et de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Cette hausse des coûts de programme est toutefois compensée par la poursuite de la gestion rigoureuse engagée en 2009.

LCI

Dans la continuité de la réorganisation du Pôle Information du Groupe, initiée en 2008, la Chaîne Info est passée au début de l'année sur l'outil PNS2 (Process News and Sports 2).

LCI affiche un recul de ses recettes publicitaires compensé partiellement par une amélioration des revenus liés aux abonnements. Malgré les économies réalisées sur les coûts de fonctionnement depuis le début de l'année 2010, le résultat opérationnel est en légère baisse.

Autres chaînes thématiques

Première chaîne mini-généraliste payante sur les Individus âgés de 4 ans et plus mais aussi sixième chaîne la plus regardée par les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (toutes chaînes confondues sur l'offre payante), **TV Breizh** connaît des résultats positifs en termes de recettes publicitaires et d'abonnements.

⁸ Cf. paragraphe TMC pour la chronologie de l'acquisition de la chaîne

La chaîne enregistre d'excellentes audiences grâce à une programmation qui fidélise ses cibles publicitaires dans la majorité des genres :

- les films (*Dans la ligne de mire, US Marshal, Les Visiteurs 2, Ma Sorcière bien aimée...*),
- les séries américaines premium comme *Preuve à l'appui* ou *New York, Cour de Justice*,
- les séries US fortement identifiées comme *Arabesque, Columbo*,
- et les fictions françaises.

TV Breizh est une marque forte ; elle vient de fêter ses 10 ans. Avec 8,3 millions de téléspectateurs chaque mois, elle offre une promesse claire de détente positive et familiale.

Les chaînes du **Pôle Découverte**, dans un contexte concurrentiel difficile, ont poursuivi leurs efforts pour renforcer leur positionnement éditorial de véritables chaînes d'affinités.

Histoire, au 30 septembre 2010, a continué de développer sa politique dynamique et créative autour du débat et des commémorations d'événements historiques.

Le 2 octobre, la chaîne Odyssée devient Stylía, une toute nouvelle chaîne dédiée à l'art de vivre, au luxe et aux tendances. Cette nouvelle chaîne a pour vocation de devenir une chaîne urbaine et « branchée » davantage dédiée aux femmes. La chaîne a revu sa politique de coproduction et d'achat de programmes inédits et exclusifs qui lui permettent de proposer 90 % de nouveautés. Désormais, la grille s'articulera autour de sept thématiques : styles & tendances, arts & design, gastronomie, excellence (le savoir-faire du luxe à la française), première classe avec la mise en avant des hôtels de rêve, personnalités et styles de vie.

Stylía est une chaîne payante, distribuée sur le satellite, le câble et l'ADSL. La chaîne est diffusée en *catch-up* sur de nouvelles plateformes.

Ushuaïa TV, chaîne du développement durable, a continué de proposer des magazines et des émissions spéciales consacrées à la protection de la planète, ainsi que des documentaires inédits en HD.

1.4. TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre sur les neuf premiers mois de l'année 2010 un chiffre d'affaires de 23,7 millions d'euros, en croissance de 6,8 % par rapport aux neuf premiers mois de l'année dernière.

Les neuf premiers mois ont été marqués par de nombreux succès dans le domaine musical :

- la production « *Spiritus Dei, Les Prêtres* » est restée numéro 1 des ventes pendant 9 semaines avec plus de 453 000 exemplaires vendus ;
- des contrats avec de nouveaux artistes ont été signés et ont réalisé de belles performances (notamment *Zaz, Christophe Maé, Mylène Farmer, Stanislas, Lady Gaga, Black Eyed Peas, Johnny Hallyday, Era...*);
- la comédie musicale *Mozart, l'Opéra Rock* continue de triompher avec 667 000 billets vendus à Paris et en Province.

Parmi les 10 meilleures ventes d'albums en France sur les neuf premiers mois de l'année 2010, 7 sont des partenariats ou productions TF1/TF1 Musique.

Le résultat opérationnel courant de TF1 Entreprises ressort ainsi à 1,4 million d'euros, à comparer à une perte opérationnelle de 1,0 million d'euros sur les neuf premiers mois de 2009, l'amélioration de l'activité étant principalement associée à une maîtrise des charges de structure.

1.5. Production

Le pôle Production réalise un chiffre d'affaires de 13,0 millions d'euros contre 14,1 millions d'euros un an plus tôt, soit une baisse de 7,8 %.

Le pôle affiche un résultat opérationnel courant de 1,3 million d'euros, soit une dégradation de 3,1 millions par rapport à l'année précédente.

TF1 Films Production⁹

La fréquentation cinématographique atteint 149,8 millions d'entrées à fin septembre 2010, soit + 5,5 % par rapport à fin septembre 2009. La part de marché des films français est estimée à 33 % sur les neuf premiers mois de 2010, contre 34 % en 2009.

A fin septembre 2010, 8 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles, dont 4 millionnaires avec *La Rafle* (2,9 millions d'entrées), *L'Immortel* (1,1 million d'entrées), *Adèle Blanc-Sec* (1,6 millions d'entrées) et *Camping 2* (3,9 millions d'entrées).

TF1 Production

En 2010, la filiale a notamment tenu une place importante lors de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, avec pour objectif l'alimentation de toutes les antennes du Groupe.

Les magazines de la chaîne TF1 produits par TF1 Production ont d'ailleurs connu un large succès. Tout au long de la compétition, TF1 a proposé *Coupe du Monde de la FIFA 2010*, *Le Mag*. Les 21 émissions ont réalisé d'excellentes audiences avec en moyenne, 4,7 millions de téléspectateurs pour 29 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus avec un pic d'audience le 17 juin à 7,7 millions de téléspectateurs (40 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 40 % sur le public féminin).

Ces performances sur la Coupe du Monde de la FIFA 2010 permettent de compenser le recul de l'activité sur le pôle Magazine et Fictions.

1.6. e-TF1¹⁰

Avec 18,0 millions de visiteurs uniques au mois de septembre 2010, le groupe TF1 conserve sa place de leader en tant que groupe média du web. Il progresse en 6^{ème} position parmi les groupes du web.

Le site TF1.fr attire 7,1 millions de visiteurs uniques par mois, à fin septembre 2010.

La vidéo affiche de très bons résultats sur TF1.fr. Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, 1,3 milliard de vidéos gratuites ont été vues sur les sites du Groupe dont 684 millions de vidéos en *catch-up*. La vidéo affiche donc une remarquable performance sur TF1.fr puisque sur les neuf premiers mois de 2010 le nombre de vidéos vues en *catch-up* dépasse largement celui enregistré au cours de l'ensemble de l'année 2009 (400 millions).

En septembre 2010, les *pure-players* du Groupe poursuivent leur progression avec WAT.tv qui comptabilise 6,6 millions de visiteurs uniques, et Plurielles.fr, le site féminin du Groupe qui attire 2,6 millions de visiteurs uniques. Overblog confirme, quant à lui, sa place de n°1 avec 10,8 millions de visiteurs uniques.

Malgré des revenus impactés par la baisse de l'interactivité due à la réduction du nombre de jeux diffusés à l'Antenne, e-TF1 connaît un fort rebond des revenus publicitaires par rapport à l'an dernier, notamment grâce à la bonne commercialisation des formats vidéos.

Le chiffre d'affaires d'e-TF1 sur les neuf premiers mois de 2010 s'établit à 54,4 millions d'euros, soit une amélioration de 2,6 millions d'euros (+ 5,0 %) par rapport aux neuf premiers mois de 2009.

Les performances en termes d'activité ainsi que la non récurrence de charges liées à la refonte des sites Internet sur les neuf premiers mois de 2009 permettent une amélioration significative du résultat opérationnel courant de + 6,1 millions d'euros. e-TF1 génère donc sur les neuf premiers mois de l'année un résultat opérationnel courant de + 1,8 million d'euros à comparer à une perte de - 4,3 millions d'euros sur la même période en 2009, et cela, malgré la prise en compte de la nouvelle taxe sur l'interactivité pour 1,5 million d'euros.

⁹ Source : CNC

¹⁰ Source : Panel Médiamétrie NNR septembre 2010

Source : eStat, streaming TV

1.7. Divers

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, le chiffre d'affaires du pôle est de 47,2 millions d'euros, à comparer à 11,0 millions d'euros sur la même période en 2009, du fait principalement de la revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 à France Télévisions et Canal + pour 33 millions d'euros au deuxième trimestre.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 13,5 millions d'euros, à comparer à 8,9 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2009, soit une amélioration de 4,6 millions d'euros provenant principalement de la commission de régie réalisée sur les radios, Les Indépendants, et sur les chaînes thématiques hors groupe.

2. Droits Audiovisuels

Le chiffre d'affaires du pôle Droits Audiovisuels s'élève à 82,3 millions d'euros pour les neuf premiers mois de 2010, en baisse de 22,0 millions par rapport à l'année précédente.

La perte opérationnelle courante ressort à 8,0 millions d'euros contre une perte de 22,5 millions d'euros un an plus tôt.

Le chiffre d'affaires de l'activité **Catalogue** s'établit à 31,0 millions d'euros, en diminution de 9,5 millions d'euros. Le succès des films sortis en salles depuis le début d'année (notamment *Planète 51* avec 970 000 entrées, *Les Invités de mon Père* avec 840 000 entrées, *Liberté* avec 234 000 entrées) par TF1 Droits Audiovisuels ne compense que partiellement le moins grand nombre de sorties en salles par rapport aux neuf premiers mois de 2009 (soit 8 films en moins).

Le résultat opérationnel courant ressort en forte amélioration à 1,1 million d'euros, à comparer à une perte de 11,2 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2009.

Le chiffre d'affaires de l'activité **Vidéo** est en recul de 19,6 % à 51,3 millions d'euros. Malgré de grands succès comme *Le Ruban blanc* (Palme d'Or du Festival de Cannes 2009 et Golden Globe du meilleur film étranger) et *Un Prophète* (récompensé neuf fois aux Césars et nommé aux Oscars comme meilleur film étranger) et une activité de vidéo à la demande en progression, TF1 Vidéo subit, dans un contexte de baisse structurelle des prix, une baisse des volumes vendus, du fait de sorties limitées et d'un référentiel 2009 qui bénéficiait de titres à succès.

Malgré une forte maîtrise des charges, le recul de l'activité entraîne une perte opérationnelle courante de 9,1 millions d'euros, à comparer à une perte de 11,3 millions d'euros un an plus tôt.

3. Antennes Internationales

Sur les neuf premiers mois de l'année 2010, l'activité Antennes Internationales affiche un chiffre d'affaires de 274,9 millions d'euros contre 234,7 millions d'euros un an plus tôt, en hausse de 17,1 %.

Le pôle intègre l'activité jeux et paris en ligne (SPS) à 50 % au premier trimestre 2010 et 100 % à partir du deuxième trimestre 2010.

Le résultat opérationnel courant du pôle s'établit à 36,5 millions d'euros, soit une augmentation de 2,2 %. Il comprend :

- le résultat opérationnel courant d'Eurosport International pour 43,5 millions d'euros en augmentation de 7,8 millions d'euros (+ 21,8 %),
- la revalorisation des parts détenues par Eurosport dans SPS, à la suite de l'acquisition par TF1 des 50 % détenus par Serendipity,
- 13,1 millions de pertes sur SPS.

Pour rappel, le résultat opérationnel courant de Antennes Internationales, à fin septembre 2009, intégrait 2 millions d'euros de plus-value liée à la cession de France 24.

Les audiences des chaînes Eurosport affichent de bons résultats sur janvier-septembre 2010 : l'audience moyenne s'établit à 657 000 téléspectateurs au quart d'heure moyen dont 542 000 pour la seule chaîne Eurosport. Cette performance s'explique par une programmation attractive au cours des neuf premiers mois 2010 avec la diffusion des Jeux Olympiques de Vancouver (120 millions de téléspectateurs sur la période) et de la Coupe d'Afrique des Nations, et une bonne résistance à la concurrence accrue des chaînes diffusant les matches de la Coupe du Monde de Football de la FIFA 2010.

A fin septembre 2010, Eurosport est reçue par 121,3 millions de foyers en Europe (+ 3,9 millions en un an). La poursuite du développement du câble et de l'ADSL profite à l'ensemble des chaînes du Groupe, tout comme le développement sur de nouveaux territoires et les développements technologiques. A noter la réussite du partenariat avec Panasonic : Eurosport a diffusé le tournoi de Roland Garros en 3D dans plus de 3 000 magasins Hifi en Europe. Ces retransmissions, relayées auprès de la presse par des campagnes de communication spécifiques, ont rencontré un vif succès et confirment la capacité d'Eurosport à innover.

Les abonnés payants augmentent de 7 % (+ 5,0 millions) par rapport aux neuf premiers mois 2009, principalement sur l'Europe de l'Est et centrale, l'Asie-Pacifique et le bassin méditerranéen.

La croissance de la chaîne Eurosport 2 à 45,7 millions d'abonnés (+ 7,5 millions sur un an) est également marquée par les bonnes performances enregistrées en Europe de l'Est et par le lancement de la version suédoise en avril 2010 en Scandinavie. La Bundesliga renforce notamment l'offre de cette chaîne, disponible en HD.

La progression de la chaîne Eurosport HD à 10,8 millions d'abonnés (+ 6,8 millions sur un an) connaît des résultats très satisfaisants au Royaume-Uni, en Europe méditerranéenne mais aussi en Scandinavie. Elle renforce considérablement le positionnement du groupe Eurosport.

EurosportNews poursuit également son développement et atteint 6,3 millions d'abonnés en quasi-totalité payants.

Enfin, grâce aux accords conclus avec les plateformes australiennes, la déclinaison Asie-Pacifique de la chaîne connaît une accélération dans son développement et consolide ainsi durablement sa présence en Océanie.

Cette croissance du nombre d'abonnés permet d'améliorer fortement le chiffre d'affaires provenant des abonnements qui croît de 17 % sur un an.

La diffusion d'événements forts prisés par les annonceurs, l'environnement économique plus propice et la base de comparaison favorable permettent à Eurosport International d'enregistrer également une hausse de son chiffre d'affaires publicitaire de 17,3 %.

Les audiences Internet demeurent soutenues au cours des neuf premiers mois 2010 et en forte progression avec désormais 2,3 millions de visiteurs uniques par jour. Les audiences Internet placent Eurosport au premier rang européen des réseaux sportifs sur les neuf premiers mois de l'année. Eurosport est devenue désormais la sixième marque au classement mondial des sites de sport (ComScore).

Fin juin 2010, les sites anglophones à destination de l'Australie et de l'Asie du Sud-Est ont été lancés en lien avec le développement accéléré dans cette région, portant ainsi le nombre de déclinaisons locales à 13 et le nombre de versions linguistiques à 10.

Le chiffre d'affaires des autres activités est en progression également, soutenue par la réussite du *player* Eurosport (service de rediffusion payante), le lancement d'Eurosport Arabia et par les applications gratuites iPhone, téléchargées notamment près de 2,8 millions de fois à fin septembre 2010, ou SmartPhone d'Eurosport. En septembre 2010, 1,1 million de personnes utilisent l'application sur iPhone.

Au troisième trimestre 2010, le chiffre d'affaires total d'Eurosport International est de 93,0 millions d'euros, en amélioration de 5,5 millions d'euros (+ 6,3 %) par rapport au troisième trimestre 2009.

Sur ce trimestre, le résultat opérationnel d'Eurosport International s'établit à 16,7 millions d'euros, soit un taux de marge de 18,0 % contre 16,4 % au troisième trimestre 2009.

Le chiffre d'affaires total d'Eurosport International ressort à 274,2 millions d'euros, en amélioration de 39,5 millions d'euros à fin septembre 2010 (+ 16,8 %) par rapport au 30 septembre 2009.

Le résultat opérationnel d'Eurosport International s'établit à 43,5 millions d'euros soit un taux de marge de 15,9 % contre 15,2 % au cours des neuf premiers mois 2009. Un tel taux de marge dans une année d'événements sportifs constitue une remarquable performance témoignant d'une réelle maîtrise des charges de

¹¹ Source : comScore Networks, 1^{er} site en Europe avec 11,7 millions de visiteurs uniques en moyenne sur janvier-septembre 2010
Source : NedStat visiteur unique cookies

structure, d'optimisation des coûts et d'un bon équilibre entre coût d'acquisition des droits, facteurs clés d'audiences et de perception de la chaîne, et recettes associées.

SPS

Le 8 mars 2010, le groupe TF1, qui détenait déjà, via sa filiale Eurosport, 50 % du capital de la société SPS, a porté sa participation à 100 %, en rachetant les 50 % détenus par le fonds d'investissement Serendipity.

Trois mois plus tard, le 8 juin, SPS a obtenu de l'ARJEL¹² deux licences lui permettant de devenir opérateur de paris sportifs ou de poker en ligne sur le marché français. Le site EurosportBET.fr a été lancé le même jour.

En Angleterre, le site est opérationnel depuis juin 2009 mais n'a pas vocation à se développer sur un marché mature et très concurrentiel.

Par ailleurs, EurosportPOKER.fr a été mis en ligne le 30 juin 2010, complétant l'offre existante.

Le 23 septembre 2010, EurosportBET a obtenu la licence pour opérer les paris hippiques en France et fait partie des trois seuls sites autorisés à opérer les trois produits proposés en France (les paris sportifs, les paris hippiques et le poker en ligne).

4. Evènements survenus depuis la clôture

Aucun évènement significatif n'est survenu postérieurement à la clôture.

5. Point social

Au 30 septembre 2010, le groupe TF1 compte 3 767 collaborateurs contre 3 669 un an plus tôt. Au 31 décembre 2009, les effectifs du Groupe étaient de 3 638 personnes.

L'augmentation du nombre de collaborateurs depuis le début de 2010 provient de l'intégration au sein du Groupe des effectifs des nouvelles sociétés qui comptent 142 collaborateurs au 30 septembre 2010.

6. Risques et litiges

A la connaissance de la société et du Groupe, aucun nouveau facteur de risque ou nouveau litige pris individuellement, pouvant avoir une incidence sensible sur l'activité, les résultats, la situation financière et le patrimoine de la société et du Groupe, n'a été recensé depuis la publication du document de référence de TF1, le 29 mars 2010 auprès de l'AMF (D. 10-0182). Ces principaux risques sont présentés aux pages 48 à 58.

Sur les risques particuliers liés à certaines émissions de télé-réalité, les procédures en cours se poursuivent.

Sur la question de la distribution des chaînes thématiques payantes, les échanges avec les services d'instruction de l'Autorité de la Concurrence se sont poursuivis au cours de l'année 2010 et une audience s'est tenue devant les membres du collège de l'Autorité le 7 juillet 2010. Une décision est attendue d'ici la fin de l'année.

Sur la question des recours de M6 contre les décisions d'autorisation de l'Autorité de la Concurrence et du CSA relatives au rachat de TMC et NT1, le Conseil d'Etat devrait se prononcer fin 2010 ou début de l'année 2011.

Enfin, la décision d'arrêter la publicité sur les chaînes du service public fait l'objet de discussions au Parlement, dans le cadre du projet de loi de Finances 2011. Ces discussions pourraient conduire à l'adoption d'un moratoire d'une durée de 3 à 5 ans et à une modification de la taxe sur la publicité télévisuelle.

¹² ARJEL : Autorité de Régulation des Jeux En Ligne

7. Développement durable

Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE)

Le 30 septembre, Nonce Paolini a présenté la politique de responsabilité sociétale du groupe TF1 devant les directeurs généraux français adhérents du Pacte Mondial.

Le Pacte Mondial des Nations Unies, auquel TF1 adhère depuis 2006, est une initiative personnelle de l'ancien secrétaire général Kofi Annan, destinée à rassembler les entreprises, les organismes des Nations Unies, le monde du travail et la société civile autour de dix principes universels relatifs aux Droits de l'Homme, aux normes du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Nonce Paolini a évoqué les actions de TF1 en matière sociétale et environnementale, qu'elles concernent l'entreprise ou les contenus produits et diffusés. La politique RSE du Groupe, riche et diversifiée, est encore peu connue de ses parties prenantes.

Enjeux liés aux contenus

- **La solidarité et la sensibilisation du public aux grandes causes**

Le premier semestre a été marqué par la diffusion des trois grandes opérations récurrentes de la chaîne : *Opération Pièces Jaunes*, *Sidaction* et *Les Restos du Cœur*.

Du 12 au 18 avril 2010, la Direction de l'Information a mutualisé ses antennes pour la deuxième édition de *La Semaine pour l'Emploi*.

- **L'accessibilité des programmes aux sourds et malentendants**

Au premier semestre, LCI a rendu accessibles ses journaux télévisés aux sourds et malentendants grâce au langage des signes.

TV Breizh, Odyssée, Ushuaïa TV et Histoire ont également mis en place au cours du premier semestre 2010 le sous-titrage permettant aux sourds et malentendants d'avoir accès aux programmes clés des chaînes.

- **Paris en ligne et jeu responsable**

EurosportBET est membre fondateur de la Fédération Française des Entreprises de Jeux en Ligne aux côtés de la Française des Jeux, du PMU et du Groupe Lucien Barrière. Cette association professionnelle est appelée à représenter les intérêts des opérateurs légaux notamment dans le dialogue avec les pouvoirs publics et à promouvoir le jeu responsable.

Enjeux sociaux

Mobilisé pour obtenir le Label Diversité délivré par AFNOR Certification, le Groupe a fait réaliser un état des lieux par un cabinet externe et a mis en place des groupes de travail pour traiter les dix chantiers identifiés. L'Entreprise a été auditée début octobre pour un résultat attendu début 2011.

La Fondation d'entreprise de TF1 a recruté sa troisième promotion. Les dix nouvelles recrues ont intégré le Groupe à des postes de journaliste, assistant réalisateur, technicien, chargé de communication ainsi qu'aux ressources humaines et au marketing.

Enjeux environnementaux

Ecoprod, opération dont TF1 est partenaire, a dévoilé le 22 septembre un nouvel outil de mesure des émissions de carbone pour les productions cinématographiques et audiovisuelles : Carbon'Clap®. Ce calculateur est librement accessible sur le site ecoprod.com. Il évalue rapidement l'impact "gaz à effet de serre" des activités de production cinématographique et audiovisuelle, en intégrant une approche et une terminologie propres aux métiers concernés. Cet outil permet de comprendre le lien entre activités de production et carbone, tout en soulignant la dépendance de l'activité aux énergies fossiles. Carbon'Clap® est dérivé de l'outil Bilan Carbone® de l'ADEME.

TF1 a lancé son Plan de Déplacement d'Entreprise en juillet 2010. Le PDE est un moyen d'optimiser les déplacements liés à l'activité de l'entreprise et réduire l'usage individuel de la voiture au profit d'autres modes

de déplacements ou d'organisation. Un questionnaire a été proposé aux collaborateurs. Son analyse donnera lieu à la mise en place de groupe de travail fin 2010.

Achats responsables

Depuis sa création en 2007, le service Achats s'efforce d'engager les fournisseurs du Groupe dans la démarche RSE.

En 2010, les critères de développement durable dans les appels d'offres et la politique « achat responsable » ont été renforcés et comprennent désormais une clause sur la diversité.

30 fournisseurs supplémentaires ont été évalués au travers du logiciel RSE « Ecovadis », portant à 40 % la couverture de chiffre d'affaires analysée.

Le recours au secteur protégé est en progression constante avec 320 000 euros facturés par des entreprises de ce secteur sur l'année 2010, à fin août.

8. Titre

Au 30 septembre 2010, l'action TF1 clôture à 11,42 euros, soit une baisse de 5 % par rapport au 30 septembre 2009. Le CAC 40 recule de 2 % et le SBF 80 progresse de 11 %.

Au cours des neuf premiers mois de l'année, l'action recule de 13 %, à comparer à une baisse de 7 % pour le CAC 40 et une augmentation de 11 % pour le SBF 80.

Après une phase de croissance des marchés boursiers au deuxième semestre 2009, des craintes sur la reprise économique mondiale entraînent une incertitude des marchés en 2010.

La capitalisation boursière du groupe TF1 est, au 30 septembre 2010, de 2,4 milliards d'euros contre 2,6 milliards à fin septembre 2009.

Présentation analytique du compte de résultat consolidé

en millions d'euros	9M 2010	9M 2009	2009
Antenne TF1			
Recettes de publicité	1 071,1	966,9	1 429,4
Coût de la régie	(52,6)	(49,3)	(71,7)
RECETTES NETTES DIFFUSEUR	1 018,5	917,6	1 357,7
Prélèvements obligatoires			
- Auteurs	(39,8)	(36,7)	(54,8)
- CNC	(58,0)	(52,3)	(77,6)
- Taxe sur la publicité diffusée	(13,5)	(14,0)	(9,3)
Coûts de diffusion			
- TDF, Satellites, Circuits	(36,3)	(39,9)	(51,5)
Coût de la grille (hors événements sportifs exceptionnels)	(615,5)	(664,3)	(926,9)
Événements sportifs exceptionnels	(77,6)		-
MARGE BRUTE GRILLE	177,8	110,4	237,6
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	753,5	659,9	933,2
Autres charges d'exploitation	(740,9)	(655,0)	(955,6)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(65,5)	(82,6)	(113,9)
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	124,9	32,7	101,3
Autres produits et charges opérationnels	95,9	-	-
RESULTAT OPERATIONNEL	220,8	32,7	101,3
Coût de l'endettement financier net	(15,7)	(15,3)	(22,3)
Autres produits et charges financiers	(4,2)	23,7	36,2
Impôts	(38,0)	(2,8)	(15,3)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	7,2	12,4	14,6
RESULTAT NET	170,1	50,7	114,5
Part des minoritaires	0,4	-	0,1
RESULTAT NET CONSOLIDE PART DU GROUPE	169,7	50,7	114,4

Présentation des comptes consolidés au 30 septembre 2010

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.

BILAN CONSOLIDE

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2010.09	2009.12	2009.09
Goodwill	5	905,8	506,9	506,9
Immobilisations incorporelles		162,0	137,7	156,5
Droits audiovisuels		89,3	98,6	118,0
Autres immobilisations incorporelles		72,7	39,1	38,5
Immobilisations corporelles		189,0	191,4	191,3
Participations dans les entreprises associées	6	18,6	275,4	273,2
Actifs financiers non courants	7	177,3	20,2	24,8
Actifs d'impôt non courants		13,1	11,5	17,3
Total actifs non courants		1 465,8	1 143,1	1 170,0
Stocks et en-cours		665,0	600,6	622,6
Programmes et droits de diffusion		648,1	589,3	607,8
Autres stocks		16,9	11,3	14,8
Clients et autres débiteurs		1 060,3	1 350,2	1 176,1
Actifs d'impôt courants		-	9,5	11,9
Autres actifs financiers courants	8	3,6	8,9	757,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie		534,0	570,5	13,4
Total actifs courants		2 262,9	2 539,7	2 581,0
Actifs en cours de cession		-	-	-
TOTAL ACTIF		3 728,7	3 682,8	3 751,0
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		(8,3)	72,8	(787,1)

BILAN CONSOLIDE – SUITE

PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2010.09	2009.12	2009.09
Capital		42,7	42,7	42,7
Primes et réserves		1 264,8	1 239,3	1 235,7
Résultat consolidé de l'exercice		169,7	114,4	50,7
Total capitaux propres part du groupe		1 477,2	1 396,4	1 329,1
Intérêts minoritaires		8,1	0,2	-
Total capitaux propres		1 485,3	1 396,6	1 329,1
Emprunts non courants	8	17,3	0,5	767,1
Provisions non courantes		46,1	44,0	58,8
Passifs d'impôt non courants		12,5	1,3	3,1
Total passifs non courants		75,9	45,8	829,0
Dettes financières courantes	8	524,9	505,5	41,0
Fournisseurs et autres créiteurs		1 557,6	1 696,0	1 481,1
Provisions courantes		56,4	36,4	52,1
Passifs d'impôt courants		24,2	1,1	0,8
Autres passifs financiers courants		4,4	1,4	17,9
Total passifs courants		2 167,5	2 240,4	1 592,9
Passifs liés aux actifs en cours de cession		-	-	-
TOTAL PASSIF		3 728,7	3 682,8	3 751,0

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions d'euros)	Notes	30 septembre 2010	30 septembre 2009	3ème trimestre 2010	3ème trimestre 2009	Exercice 2009
Recettes de publicité		1 226,9	1 085,0	362,0	317,5	1 604,6
- Antenne TF1		1 071,1	966,9	306,5	280,4	1 429,4
- autres supports		155,8	118,1	55,5	37,1	175,2
Recettes de la diversification hors publicité		599,1	543,5	179,4	180,9	760,1
Chiffre d'affaires		1 826,0	1 628,5	541,4	498,4	2 364,7
Autres produits de l'activité		-	-	(0,1)	-	-
Consommation de production externe		(456,2)	(434,1)	(153,8)	(142,6)	(645,5)
Autres achats consommés et variation de stocks		(417,6)	(325,4)	(96,3)	(97,6)	(436,1)
Charges de personnel		(305,7)	(304,1)	(94,2)	(97,7)	(445,2)
Charges externes		(339,6)	(349,5)	(111,5)	(112,1)	(487,7)
Impôts et taxes		(111,0)	(99,2)	(34,1)	(29,0)	(136,2)
Dotation nette aux amortissements		(66,0)	(69,3)	(20,9)	(24,5)	(99,9)
Dotation nette aux provisions		0,5	(13,3)	(12,5)	(5,8)	(14,0)
Autres produits d'exploitation		63,6	65,7	23,3	25,9	109,3
Autres charges d'exploitation		(69,1)	(66,6)	(20,8)	(19,8)	(108,1)
Résultat opérationnel courant		124,9	32,7	20,5	(4,8)	101,3
Autres produits opérationnels	9	95,9	-	95,9	-	-
Autres charges opérationnelles		-	-	-	-	-
Résultat opérationnel		220,8	32,7	116,4	(4,8)	101,3
Produits sur endettement financier	10	2,5	8,2	0,9	0,9	13,1
Charges sur endettement financier	10	(18,2)	(23,5)	(6,2)	(6,4)	(35,4)
Coût de l'endettement financier net		(15,7)	(15,3)	(5,3)	(5,5)	(22,3)
Autres produits financiers		0,7	36,5	(3,4)	13,7	51,2
Autres charges financières		(4,9)	(12,8)	(4,2)	(9,5)	(15,0)
Impôt		(38,0)	(2,8)	(7,7)	2,8	(15,3)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	4	7,2	12,4	0,4	5,0	14,6
Résultat net des activités poursuivies		170,1	50,7	96,2	1,7	114,5
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-	-	-	-
Résultat net		170,1	50,7	96,2	1,7	114,5
<i>attribuable au Groupe</i>		169,7	50,7	95,5	1,7	114,4
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>		0,4	-	0,7	-	0,1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		213 396	213 396	213 396	213 396	213 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,80	0,24	0,45	0,01	0,54
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,79	0,24	0,44	0,01	0,53

ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES

(en millions d'euros)	30 septembre 2010	30 septembre 2009	Exercice 2009
Résultat net consolidé	170,1	50,7	114,5
Réévaluation des instruments dérivés de couverture*	2,4	0,8	2,7
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-	-
Réévaluation des immobilisations	-	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,1	-	0,2
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	-	3,2
Impôts nets sur opérations en capitaux propres	(0,7)	-	(2,1)
Quote-part des produits et charges des entités associées comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Autres variations nettes	-	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	1,8	0,8	4,0
Total des produits et charges comptabilisés	171,9	51,5	118,5
<i>attribuable au Groupe</i>	171,5	51,5	118,4
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>	0,4	-	0,1

* Dont ajustements de reclassement inclus dans le résultat net : couverture de flux de trésorerie pour +0,8 M€.

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2009	42,7	2,8	(0,4)	1 352,3	(1,0)	1 396,4	0,2	1 396,6
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	1,1	-	1,1	-	1,1
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(91,8)	-	(91,8)	-	(91,8)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	7,5	7,5
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	169,7	-	169,7	0,4	170,1
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	1,8	1,8	-	1,8
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2010	42,7	2,8	(0,4)	1 431,3	0,8	1 477,2	8,1	1 485,3

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2008	42,7	2,8	(0,4)	1 336,8	(5,0)	1 376,9	-	1 376,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	1,0	-	1,0	-	1,0
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(100,3)	-	(100,3)	-	(100,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	50,7	-	50,7	-	50,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	0,8	0,8	-	0,8
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2009	42,7	2,8	(0,4)	1 288,2	(4,2)	1 329,1	-	1 329,1

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES

(en millions d'euros)	30 septembre 2010	30 septembre 2009	Exercice 2009
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)	170,1	50,7	114,5
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)	59,8	80,2	103,1
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>	36,1	51,5	79,2
<i>Immobilisations corporelles</i>	20,3	19,8	26,7
<i>Immobilisations financières</i>	2,0	7,1	6,8
<i>Provisions non courantes</i>	1,4	1,8	(9,6)
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	(11,7)	(10,7)	(18,5)
Variations de juste valeur	(106,0)	(25,8)	(36,6)
Paielements fondés sur des actions	1,1	1,0	1,4
Résultat de cessions d'actifs	0,1	(0,6)	0,3
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes	(7,2)	(12,4)	(14,6)
Produits de dividendes (titres non consolidés)	(0,1)	-	(1,4)
Sous-total	106,1	82,4	148,2
Coût de l'endettement financier net	15,7	15,3	22,3
Charge d'impôt (y compris impôts différés)	38,0	2,8	15,3
Capacité d'autofinancement	159,8	100,5	185,8
Impôts versés (-) / remboursés (+)	(2,5)	36,7	32,3
Variation du BFR lié à l'activité	106,3	(35,0)	23,8
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	263,6	102,2	241,9
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(36,2)	(77,0)	(98,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	1,5	2,5	4,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières	(6,0)	(3,3)	(5,7)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières	-	1,3	747,9
Incidence des variations de périmètre ⁽¹⁾	(195,8)	(4,5)	(7,0)
Dividendes reçus	0,2	-	1,4
Variation des prêts et avances consentis	0,3	8,1	12,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(236,0)	(72,9)	654,8
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options	-	-	-
Rachats et reventes d'actions propres	-	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(91,8)	(100,3)	(100,3)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts	20,4	71,6	-
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)	(0,9)	(0,7)	(198,5)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)	10,1	(3,5)	(26,9)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	(62,2)	(32,9)	(325,7)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES	(34,6)	(3,6)	571,0
Trésorerie au début de l'exercice	566,8	(4,2)	(4,2)
Variation de la trésorerie	(34,6)	(3,6)	571,0
Trésorerie à la clôture de l'exercice	532,2	(7,8)	566,8

⁽¹⁾ Dont en 2010 prix d'acquisition de titres TMC / NT1 pour 198 millions d'euros.

NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES

1. Faits marquants

1.1. Acquisition TMC et NT1

Depuis 2007, le groupe TF1 détenait 33,5 % du capital de Groupe AB, lui-même détenteur notamment de 40 % du capital de TMC et de 100 % du capital de NT1. TF1 détenait également une participation directe de 40 % dans TMC acquise en 2005.

Le 11 juin 2010, TF1 et Groupe AB ont finalisé la mise en œuvre du protocole signé le 10 juin 2009, au titre duquel TF1 a acquis la quote-part restante de 66,5 % détenue par les autres actionnaires de Groupe AB dans les 40 % du capital de TMC et les 100 % du capital de NT1 détenus par Groupe AB, pour un montant global de 198 millions d'euros. De ce fait, les chaînes TMC et NT1 sont, à compter du 1^{er} juillet 2010, consolidées en intégration globale au sein du groupe TF1.

Parallèlement, TF1 conserve une participation à 33,5 % dans les autres activités de Groupe AB, identique à celle qu'elle détenait avant l'opération, évaluée à 155 millions d'euros. Cette participation fait l'objet d'une option d'achat consentie à l'équipe dirigeante de Groupe AB, exerçable à tout moment pendant deux ans à compter du 11 juin 2010, pour un prix de 155 millions d'euros.

Dans les comptes consolidés du 30 septembre 2010, conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises qui prévoit la revalorisation de la participation détenue antérieurement à la prise de contrôle, l'opération TMC et NT1 se traduit par la comptabilisation au bilan d'un goodwill provisoire de 401,5 millions d'euros et la comptabilisation en résultat d'un produit de 95,9 millions d'euros.

Le traitement comptable détaillé est présenté en note 3-1 Variations de périmètre de consolidation

1.2. Acquisition de la participation détenue par Serendipity dans SPS

TF1 a conclu le 8 mars 2010 le rachat de 50 % du capital de SPS détenu par le fonds d'investissement Serendipity pour un montant de 6,4 millions d'euros, dont 1,7 millions d'euros en titres de participation et 4,7 millions au titre du rachat du compte courant. Au terme de cette opération, le groupe TF1 détient 100 % du capital de la société SPS.

Conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises, cette opération se traduit par la comptabilisation d'un goodwill en cours d'affectation pour un montant de 12,2 millions d'euros et la comptabilisation en autres produits d'exploitation d'un produit de 6,1 millions d'euros au titre de la revalorisation de la quote-part antérieurement détenue.

2. Principes et méthodes comptables

2.1. Déclaration de conformité et base de préparation des états financiers

Les états financiers consolidés condensés au 30 septembre 2010 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales telles que définies par la norme IAS 34 et doivent donc se lire en complément des états financiers consolidés audités de l'exercice clos le 31 décembre 2009 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2009 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 29 mars 2010 sous le numéro D.10-0182.

Les états financiers consolidés du groupe TF1 intègrent les comptes de TF1 SA et de ses filiales et coentreprises ainsi que les participations du Groupe dans les entreprises associées. Ils sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été examinés par le Conseil d'Administration du 9 novembre 2010 et ont fait l'objet d'un examen limité par les Commissaires aux Comptes.

2.2. Nouvelles normes IFRS

2.2.1. Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union Européenne d'application obligatoire ou pouvant être appliqués par anticipation pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2010

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 septembre 2010, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2009, ou, le cas échéant, les nouvelles normes applicables au 1^{er} janvier 2010 telles que définies dans le tableau ci-dessous.

Pour la clôture du 30 septembre 2010, le groupe TF1 a décidé de ne pas appliquer les normes publiées par l'IASB, approuvées par l'Union Européenne et applicables par anticipation dès le 1^{er} janvier 2010.

Norme		Date d'application		Incidences
		UE ⁽¹⁾	Groupe	
IAS 24 révisée	Informations relatives aux parties liées	1 ^{er} janvier 2011	20 juillet 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 27 Révisée	États financiers consolidés et individuels	1 ^{er} juillet 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 32 Amendement	Classement des droits de souscription émis	23 décembre 2009	1 ^{er} février 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 39 Amendement	Instruments financiers – Éligibilité des instruments couverts	15 septembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 39/ IFRIC 9 Amendement	Dérivés incorporés	27 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Amendement	Exemptions additionnelles	1 ^{er} juillet 2010	24 juin 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Amendement	Exemptions limitées	1 ^{er} juillet 2010	1 ^{er} juillet 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Révisée	1 ^{ère} adoption des IFRS	25 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 2 Amendement	Transactions intra-groupe fondées sur des actions et réglées en trésorerie	23 mars 2010	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 3 Révisée	Regroupements d'entreprises	1 ^{er} juillet 2009	1 ^{er} janvier 2010	Les effets d'IFRS 3 révisée sur les regroupements d'entreprises réalisés sur la période sont présentés en note 1 – faits marquants
IFRS 7 Amendement	Améliorations des informations sur les instruments financiers	27 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 12	Concessions	25 mars 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 14 Amendement	Paiements anticipés des exigences de financement minimal	1 ^{er} janvier 2011	20 juillet 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 16	Couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger	4 juin 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 17	Distributions en nature aux actionnaires	26 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 18	Transferts d'actifs par des clients	27 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 19	Extinction de passifs financiers au moyen d'instruments de capitaux propres	1 ^{er} juillet 2010	24 juillet 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (sauf IFRS 5 et IFRS 1)		23 janvier 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (uniquement IFRS 5 et IFRS 1)		23 janvier 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes

(1) sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne

2.2.2. Normes, amendements et interprétations publiées par l'IASB mais non encore approuvés par l'Union Européenne

Norme	Date d'application IASB*	Impacts Groupe attendus
IFRS 9 Instruments financiers	1 ^{er} janvier 2013	Non estimable à ce jour
Projet annuel d'améliorations des IFRS	1 ^{er} juillet 2010	Sans incidence sur les comptes

* sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne

2.3. Changements de méthode comptable

En 2010, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 applicables à compter du 1^{er} janvier 2010. Les incidences de la révision de la norme IFRS 3 relative aux regroupements d'entreprises réalisés sur la période sont indiquées dans la note 1 – faits marquants.

2.4. Changements de présentation

Des changements de présentation ou des reclassifications sont effectués lorsqu'ils permettent de fournir des informations fiables et plus pertinentes pour les utilisateurs des états financiers et si la présentation modifiée est susceptible de perdurer, de manière à ne pas affecter la comparabilité. Lorsque de tels changements de présentation sont réalisés et que leurs impacts sur les états financiers sont jugés significatifs, les informations comparatives sont également modifiées.

A partir du 1^{er} janvier 2010, le Groupe a précisé la nature des reprises de provisions sur les programmes et droits de diffusion : les reprises de provisions concernant des programmes et droits de diffusion qui ont, à la date de clôture, fait l'objet d'une diffusion depuis le début de l'exercice, ou dont la cession est engagée ou réalisée, sont qualifiées de reprises de provisions non utilisées et présentées dans le compte de résultat sur la ligne « Autres produits opérationnels » et non plus au sein de la ligne « Dotations nettes aux provisions ».

L'incidence de cette évolution sur les comptes annuels et intermédiaires 2009 n'a pas donné lieu à un retraitement des comptes de résultat publiés. Pour information, l'effet de ce reclassement aurait été de 1,8 millions d'euros au 31 mars 2009, de 5,5 millions d'euros au 30 juin 2009, de 8,2 millions d'euros au 30 septembre 2009 et de 16,3 millions d'euros au 31 décembre 2009.

2.5. Recours à des estimations

La préparation des états financiers consolidés condensés du groupe TF1 implique que le Groupe procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses jugées réalistes ou raisonnables. Certains faits et circonstances ultérieurs pourraient conduire à des changements de ces estimations ou hypothèses, ce qui affecterait la valeur des actifs, passifs, capitaux propres et résultat du Groupe.

Les principales méthodes comptables dont l'application nécessite le recours à des estimations portent sur les éléments suivants:

- Dépréciation des droits audiovisuels ;
- Dépréciation des goodwill en cas d'indice de perte de valeur ;
- Dépréciation des programmes et droits de diffusion ;
- Evaluation des provisions.

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2009 et aux arrêtés intermédiaires précédents. A la date d'arrêtés des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

2.6. Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les mois d'été sont traditionnellement plus faibles en volume que celles des autres mois de l'année.

3. Variations du périmètre de consolidation

3.1. Intégration des sociétés TMC et NT1

Le 11 juin 2010, le groupe TF1 a pris le contrôle des sociétés TMC, TMC Régie et NT1.

Les sociétés TMC et TMC Régie, consolidées avant cette opération en intégration proportionnelle à 40 %, sont consolidées par intégration globale au 1^{er} juillet 2010. A compter de cette date, l'ensemble des actifs, passifs, produits et charges sont intégrés à 100 % dans les comptes consolidés du groupe TF1. Le résultat net et les capitaux propres sont répartis entre le Groupe et les minoritaires à hauteur de leur participation respective dans ces sociétés, soit 80 % pour le groupe TF1 et 20 % pour les minoritaires.

La société NT1 entre dans le périmètre de consolidation en date d'effet 1^{er} juillet 2010 en intégration globale avec un taux d'intérêt à 100 %.

Les quotes-parts acquises en juin 2010 ont été payées en numéraire pour 198 millions d'euros dont 6 millions d'euros de complément de prix provisoire.

La juste valeur des quotes-parts détenues des chaînes a été évaluée par un cabinet d'experts indépendants à 429 millions d'euros. Compte tenu du prix d'acquisition des quotes-parts acquises en 2010 de 191,7 millions d'euros et d'une valeur nette comptable des quotes-parts acquises antérieurement de 134,9 millions d'euros un produit de réévaluation de 102,4 millions d'euros a été comptabilisé en autres produits opérationnels.

Les coûts d'acquisitions encourus pour la réalisation de cette opération s'élèvent à 6,5 millions d'euros et sont présentés dans le compte de résultat au 30 septembre 2010 en diminution du produit de réévaluation, en autres produits opérationnels.

Dans le cadre des travaux d'évaluations des actifs et des passifs des sociétés acquises, la marque TMC a fait l'objet d'une comptabilisation à l'actif du bilan à sa juste valeur évaluée à 30 millions d'euros et les valeurs des droits audiovisuels acquis ont été dépréciés de 11 millions d'euros.

Après comptabilisation de ces éléments, un goodwill global de 401,5 millions d'euros a été constaté. Le goodwill comptabilisé au 30 septembre 2010 dans le cadre de ce regroupement est provisoire et pourra faire l'objet d'ajustement pendant 12 mois soit jusqu'au 11 juin 2011.

Dans le cadre de ce regroupement, le groupe TF1 n'a pas opté pour une évaluation pour la juste valeur des intérêts minoritaires de TMC détenus par la Principauté de Monaco (choix de la méthode du goodwill partiel). Ces intérêts minoritaires sont maintenus à leur valeur comptable après réévaluation des actifs et passifs acquis.

Au 30 septembre 2010, le chiffre d'affaires des quotes-parts acquises TMC et NT1 intégrées dans les comptes consolidés depuis la prise de contrôle s'élève à 14,6 millions d'euros. Si ces quotes-parts avaient été acquises et intégrées au 1^{er} janvier 2010, leurs contributions au chiffre d'affaires du Groupe auraient été de 54,8 millions d'euros.

3.2. Traitement consolidé de la participation dans Groupe AB

Le groupe TF1 a conservé une participation de 33,5 % dans les autres activités de Groupe AB évaluée à 155 millions d'euros et a octroyé à l'équipe dirigeante une option d'achat exerçable à tout moment jusqu'au 12 juin 2012 pour un prix de 155 millions d'euros.

En application de la norme IAS 27 – Etats financiers consolidés et individuels, du fait de l'octroi par le groupe TF1 d'une option d'achat exerçable à tout moment, cette participation n'est plus consolidée par mise en équivalence mais inscrite au bilan en actifs financiers non courants à sa valeur de marché, soit 155 millions d'euros.

3.3. Changement de méthode de consolidation de l'entité SPS

Suite à l'acquisition de 50 % du capital de SPS auprès du fonds d'investissement Serendipity (cf note 1 – faits marquants), le groupe TF1 a pris le contrôle de cette entité. Dans les comptes consolidés au 30 septembre 2010, le changement de méthode de consolidation d'intégration proportionnelle à intégration globale a été réalisé en date d'effet 31 mars 2010.

4. Secteurs opérationnels

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activité stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus dans les environnements économiques donnés. Cette segmentation en secteur d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par les décisionnaires opérationnels du Groupe dans leur suivi d'activité.

La Direction évalue la performance de ces secteurs à partir du résultat opérationnel courant. Les résultats, actifs, et passifs des secteurs comprennent les éléments directement ou indirectement attribuables à un secteur d'activité. Les investissements bruts d'exploitation sectoriels correspondent aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles qui viennent accroître les postes d'actif correspondants. Les ventes et transferts entre les secteurs sont réalisés aux conditions normales de marché.

Les secteurs opérationnels du Groupe sont les suivants :

Antennes France

Le secteur Antennes France regroupe l'antenne TF1, les activités associées ou dérivées considérées comme indissociables de l'antenne, ainsi que les autres diffuseurs de programmes de télévision gratuite ou payante émettant principalement sur le territoire français. Les activités indissociables de l'antenne incluent notamment la régie publicitaire du Groupe et les sociétés engagées dans la production ou la coproduction de programmes destinés exclusivement à l'antenne TF1 tel que TF1 Production.

Droits audiovisuels

Les filiales dont l'activité principale consiste à produire, éditer ou distribuer des droits audiovisuels non exclusivement destinés aux antennes du Groupe sont regroupées dans ce secteur. Les activités de production recouvrent les productions déléguées ou les coproductions d'œuvres cinématographiques. Les activités d'édition et de distribution regroupent tous les supports (CD, DVD,...) et tous les canaux (salles, chaînes de télévision, et tous circuits de distribution grand public).

Antennes internationales

Les antennes internationales correspondent aux filiales engagées dans la conception et la diffusion de programmes de télévision payante et qui émettent principalement en dehors du territoire français ainsi que dans l'activité de jeux et paris sportifs en ligne.

Activités diverses

Ce secteur regroupe toutes les activités ne répondant pas aux caractéristiques des secteurs tels que définis ci-dessus.

La contribution de chaque secteur opérationnel aux comptes du Groupe est détaillée ci-après :

(en millions d'euros)	Antennes France		Droits audiovisuels		Antennes internationales		Activités diverses		Total TF1	
	2010.09	2009.09	2010.09	2009.09	2010.09	2009.09	2010.09	2009.09	2010.09	2009.09
EXTRAIT DU COMPTE DE RESULTAT										
Chiffre d'affaires	1 468,8	1 288,6	82,3	104,3	274,9	234,7	-	0,9	1 826,0	1 628,5
Résultat opérationnel courant	96,4	24,9	(8,0)	(22,5)	36,5	35,7	-	(5,4)	124,9	32,7
Quote-part dans les résultats des entreprises associées ⁽¹⁾	6,7	13,5	-	-	-	-	0,5	(1,1)	7,2	12,4
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(1) La quote-part dans les résultats des entreprises associées est détaillée selon les secteurs de la manière suivante :

- secteur "Antennes France" : la quote-part de résultat revient principalement au Groupe AB pour la période du 1^{er} janvier au 30 juin ;
- secteur "Activités diverses" : la quote-part de résultat revient principalement à la société Metro France Publications.

Les actifs sectoriels au 30 septembre 2010 ne présentent pas de variations significatives par rapport au 31 décembre 2009 à l'exception des goodwill tel que décrit dans la note 5 ci-après.

5. Goodwill

La variation au 30 septembre 2010 s'explique par la reconnaissance de goodwill provisoires sur les acquisitions présentées dans la note 1 – faits marquants soit 401,5 millions d'euros dans le cadre de la prise de contrôle de TMC et NT1 incluant le goodwill de 15,4 millions d'euros constaté lors de la prise de participation initiale de 40 % de TMC, et 12,2 millions d'euros au titre de l'acquisition SPS.

6. Participations dans les entreprises associées

Le détail des participations dans les entreprises associées est présenté dans le tableau suivant :

(en millions d'euros)	Groupe AB ⁽¹⁾		WBTV	Metro France Publications	Autres ⁽³⁾	Total
	France	Belgique		France	France	
31 décembre 2008	241,0	3,3		11,2	3,8	259,3
Quote-part de résultat	13,4	0,2		(1,1)	(0,1)	12,4
Dividendes versés	-	-		-	-	-
Variation de périmètre	-	1,5		-	-	1,5
30 septembre 2009	254,4	5,0		10,1	3,7	273,2
31 décembre 2009	256,3	4,5		11,2	3,4	275,4
Quote-part de résultat	7,7	(1,0)		0,5	-	7,2
Dividendes versés	-	-		-	-	-
Variation de périmètre ⁽²⁾	(264,0)	-		-	-	(264,0)
Autres	-	-		-	-	-
30 septembre 2010	-	3,5		11,7	3,4	18,6

(1) Compte tenu des calendriers de clôture des comptes du Groupe AB, la quote-part de résultat du Groupe AB comptabilisé au titre du premier semestre a été calculée sur la base des résultats des 4^{ème} trimestre 2009 et 1^{er} trimestre 2010.

(2) dont 109 millions d'euros quote-part TMC / NT1 et 155 millions d'euros quote-part dans les autres activités de Groupe AB (cf note 1 et note 3.2)

(3) En 2010, les autres entreprises associées sont JFG Networks et Sky Art Media. En 2009, les autres entreprises associées incluaient également Sailing One, dont les titres ont été cédés au cours du 3^{ème} trimestre 2009.

7. Actifs financiers non courants

La variation au 30 septembre 2010 s'explique par la comptabilisation de la participation de 33.5 % détenue dans le Groupe AB pour sa valeur de marché soit 155 millions d'euros, en date d'effet 1^{er} juillet 2010.

Cette participation est désignée comme actif financier évalué à la juste valeur par le biais du compte de résultat, l'option d'achat associée faisant l'objet d'un traitement comptable identique.

8. Endettement financier net

La notion d'endettement financier net, telle que définie par le Groupe, peut être détaillée de la façon suivante :

<i>(en millions d'euros)</i>	2010.09	2009.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	534,0	570,5
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-	-
Trésorerie disponible	534,0	570,5
Juste valeur des instruments dérivés de taux	(0,1)	8,3
Emprunts long terme	(17,3)	(0,5)
Dettes financières à court terme	(524,9)	(505,5)
Endettement brut	(542,2)	(506,0)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	(8,3)	72,8

En novembre 2003, TF1 a émis un emprunt obligataire portant sur un montant de 500 millions d'euros remboursable au pair *in fine* dans 7 ans (2010). Son coupon s'élève à 4,375 %.

Au 30 septembre 2010, TF1 dispose :

- d'un emprunt obligataire de 500 millions d'euros à échéance le 12 novembre 2010 ;
- d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 155,5 millions d'euros dont les dates d'échéance sont comprises entre un et cinq ans. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le Groupe Bouygues. Au 30 septembre 2010, celle-ci n'est pas utilisée comme moyen de financement, mais comme moyen de placement à hauteur de 390,4 millions d'euros ;
- d'un encours de crédit-bail lié à la mise en place de matériels techniques pour 21,2 millions d'euros.

Le groupe TF1 utilise les différentes sources de financement à sa disposition : financements bancaires (lignes confirmées...) et financement de marché.

Concernant le remboursement de l'emprunt obligataire le 12 novembre 2010, le niveau de trésorerie disponible ainsi que les lignes de financement confirmées mobilisables garantissent à ce jour la capacité du Groupe à faire face à cette échéance.

Au 30 septembre 2010, le gearing du groupe TF1, soit le ratio entre la dette financière nette et les capitaux propres, est de 0,5 %. Au 31 décembre 2009, le groupe TF1 était en position de trésorerie nette positive.

9. Autres produits opérationnels

Au 30 septembre 2010, les autres produits opérationnels d'un montant de 95,9 millions d'euros représentent le produit net constaté sur la réévaluation à la juste valeur des quotes-parts antérieurement détenues sur TMC et NT1 tel que décrit dans la note 3.1.

10. Coût de l'endettement financier net

Le coût de l'endettement financier net au 30 septembre 2010 s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2010.09	2009.09
Produits d'intérêts	2,1	5,0
Variation de juste valeur de la part couverte de l'emprunt obligataire	-	-
Variation de juste valeur des dérivés de taux	0,4	2,8
Produits et revenus sur actifs financiers	-	0,4
Produits sur endettement financier	2,5	8,2
Charges d'intérêts sur dettes financières	(10,8)	(23,5)
Variation de juste valeur des dérivés de taux	(7,3)	-
Charges sur endettement financier	(18,1)	(23,5)
Coût endettement financier net	(15,6)	(15,3)

11. Définition de la trésorerie

La trésorerie, dont la variation est analysée dans le tableau de flux de trésorerie, intègre les concours bancaires courants et comptes courants de trésorerie passifs.

<i>(en millions d'euros)</i>	2010.09	2009.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	534,0	570,5
Compte courant de trésorerie passifs	(1,7)	(3,2)
Concours bancaires courants	(0,1)	(0,5)
Trésorerie de clôture du tableaux de flux	532,2	566,8

12. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action versé par le Groupe le 3 mai 2010 au titre de l'exercice 2009, ainsi que le montant versé en 2009 au titre de l'exercice 2008.

	Versé en 2010	Versé en 2009
Dividende total (en millions d'euros)	91,8	100,3
Dividende par action ordinaire (en euros)	0,43	0,47

13. Événements postérieurs à la clôture

Néant.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 682 098,40 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92656 Boulogne Cedex – France
Tél : (33) 1 41 41 12 34
www.tf1.fr

CONTACTS :

Département Relations Investisseurs

Tél : 33 1 41 41 27 32

Fax : 33 1 41 41 29 10

Internet : <http://www.tf1finance.fr>

e-mail : comfi@tf1.fr