

Boulogne-Billancourt, le 19 février 2014

RESULTATS ANNUELS 2013
Chiffre d'affaires consolidé de 2 470 millions d'euros (- 5,7 %)
Résultat opérationnel de 223,1 millions d'euros (+ 6,0 %)
Part d'audience groupe de 28,9 % sur l'année 2013, en augmentation de + 1,8 %

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 18 février 2014 sous la Présidence de Nonce Paolini, a arrêté les comptes de l'année 2013 qui, en application de la norme IFRS 5, présentent séparément les contributions d'Eurosport International en cours de cession.

Afin d'assurer la comparabilité avec les publications antérieures et compte-tenu du fait que la cession d'Eurosport International n'est pas intervenue au cours de l'exercice 2013, la communication des résultats de l'exercice est faite sur la base des données financières non-retraitées de la norme IFRS 5¹.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T4 2013	T4 2012	Var. M€	Var. %	2013	2012	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires	724,3	767,7	(43,4)	- 5,7 %	2 470,3	2 620,6	(150,3)	- 5,7 %
<i>dont publicité groupe TF1</i>	519,0	527,4	(8,4)	- 1,6 %	1 679,0	1 775,5	(96,5)	- 5,4 %
<i>dont autres activités</i>	205,3	240,3	(35,0)	- 14,6 %	791,3	845,1	(53,8)	- 6,4 %
Résultat opérationnel courant	118,8	103,9	+ 14,9	+ 14,3 %	223,1	258,1 ⁽¹⁾	(35,0)	- 13,6 %
Résultat opérationnel	118,8	81,0 ⁽²⁾	+ 37,8	+ 46,7 %	223,1	210,4 ⁽¹⁾⁽³⁾	+ 12,7	+ 6,0 %
Coût de l'endettement financier net	0,1	-	+ 0,1	ns	0,4	-	+ 0,4	ns
Résultat net	80,0	49,8	+ 30,2	+ 60,6%	151,7	139,3	+ 12,4	+ 8,9 %
Résultat net part du Groupe	75,3	48,4	+ 26,9	+ 55,6 %	137,0	136,0	+ 1,0	+ 0,7 %

(1) dont 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC

(2) dont 22,9 millions d'euros de coûts non-récurrents liés à la phase II du plan d'optimisation

(3) dont 47,7 millions d'euros de coûts non-récurrents liés à la phase II du plan d'optimisation, d'une part, et au plan de sauvegarde de l'emploi à TF1 Vidéo, d'autre part

En 2013, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 2 470,3 millions d'euros (- 5,7 %).

Il se compose :

- **d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe** de 1 679,0 millions d'euros, (- 5,4 %), dans un contexte économique difficile et en lien avec une pression concurrentielle forte ;
- **d'un chiffre d'affaires des autres activités** de 791,3 millions d'euros (- 6,4 %).

Au quatrième trimestre 2013, le chiffre d'affaires consolidé atteint 724,3 millions d'euros, en baisse de 5,7 % sur un an. Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe affiche un recul limité à 1,6 %, tandis que les revenus des autres activités sont en retrait de 14,6 %, en raison notamment d'un recul de l'activité du secteur Services Consommateurs et des Contenus.

Résultat opérationnel de 223,1 millions d'euros

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe s'élève à 223,1 millions d'euros, en recul de 35,0 millions d'euros sur un an. Pour mémoire, le Groupe avait comptabilisé 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC en 2012.

La poursuite des efforts d'adaptation du modèle en 2013 a permis de préserver la rentabilité du Groupe en 2013 face à des recettes en baisse.

Dans le cadre de la phase II du plan d'optimisation lancé en 2012, le Groupe a généré 41 millions d'euros d'économies récurrentes en 2013 dont 22 millions d'euros d'économies sur le coût des programmes de TF1, 10 millions d'euros sur les frais généraux du Groupe et 9 millions d'euros au titre de la productivité. Ces économies, ajoutées aux 15 millions d'euros générés en 2012, portent ainsi à 56 millions d'euros les économies récurrentes réalisées depuis le début de la phase II du plan d'optimisation, sur l'engagement de 85 millions d'euros à réaliser d'ici fin 2014.

¹ La note 6 de l'annexe des états financiers présente le tableau de passage entre les données financières utilisées dans le présent communiqué et les résultats financiers publiés par le Groupe.

Au quatrième trimestre 2013, le résultat opérationnel courant progresse de 14,9 millions d'euros alors que les recettes du Groupe sont en recul de 43,4 millions d'euros. Grâce aux efforts entrepris pour adapter son modèle, le Groupe améliore ainsi sa rentabilité pour le troisième trimestre consécutif, et le taux de marge opérationnelle courante atteint 16,4 % contre 13,5 % un an plus tôt.

En 2012, le Groupe avait comptabilisé 47,7 millions d'euros de coûts non-récurrents liés à la phase II du plan d'optimisation, d'une part, et au plan de sauvegarde de l'emploi chez TF1 Vidéo, d'autre part. Le **résultat opérationnel** du Groupe en 2013 progresse ainsi de 12,7 millions d'euros par rapport à 2012 (+ 6,0 %).

Un résultat net part du Groupe stable à 137,0 millions d'euros

A fin décembre 2013, la charge d'impôt s'élève à 73,4 millions d'euros, contre 70,5 millions d'euros un an plus tôt.

Le résultat net part du Groupe au 31 décembre 2013 est stable par rapport à 2012 à 137,0 millions d'euros.

Détail par activité

M€	T1 2013	T1 2012	T2 2013	T2 2012	T3 2013	T3 2012	T4 2013	T4 2012	Année 2013	Année 2012	Var.
Antennes et Contenus	386,1	435,8	458,1	471,9	346,7	346,0	534,7	555,6	1 725,6	1 809,3	(83,7)
<i>dont publicité TV</i>	331,8	381,2	396,6	417,2	297,5	297,4	461,7	470,2	1 487,6	1 566,0	(78,4)
Services Consommateurs	54,2	67,2	46,4	52,7	47,7	47,4	56,8	73,0	205,1	240,3	(35,2)
Offre Payante	123,1	123,5	135,7	145,8	141,4	156,1	130,5	137,3	530,7	562,7	(32,0)
Holding et Divers	2,2	2,1	2,2	2,2	2,2	2,2	2,3	1,8	8,9	8,3	+ 0,6
Chiffre d'affaires consolidé	565,6	628,6	642,4	672,6	538,0	551,7	724,3	767,7	2 470,3	2 620,6	(150,3)
Antennes et Contenus	(25,9)	38,3 ⁽¹⁾	54,5	52,0	2,7	(7,6)	70,3	77,4	101,6	160,1 ⁽¹⁾	(58,5)
<i>dont coût des programmes</i>	(258,2)	(259,0)	(233,3)	(252,3)	(199,7)	(228,3)	(255,5)	(264,8)	(946,7)	(1 004,4)	+ 57,7
Services Consommateurs	2,9	10,4	1,9	(0,5)	1,9	3,6	18,6	4,5	25,3	18,0	+ 7,3
Offre Payante	3,0	3,5	26,1	22,2	24,7	21,0	25,7	17,6	79,5	64,3	+ 15,2
Holding et Divers	4,3	3,8	4,0	4,2	4,2	3,3	4,2	4,4	16,7	15,7	+ 1,0
Résultat opérationnel courant	(15,7)	56,0 ⁽¹⁾	86,5	77,9	33,5	20,3	118,8	103,9	223,1	258,1 ⁽¹⁾	(35,0)

(1) dont 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC

Antennes et Contenus (Source : Médiamétrie)

Dans un paysage concurrentiel élargi, le groupe TF1, devenu le premier Groupe audiovisuel français, parvient à faire progresser sa part d'audience de 0,5 point (+ 1,8 %) pour atteindre 28,9 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

La chaîne TF1 est la seule grande chaîne à faire progresser sa part d'audience en 2013, pour atteindre 22,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,1 point). La chaîne réalise par ailleurs une part d'audience de 25,2 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, augmentant ainsi de 0,5 point l'écart de part d'audience avec son principal challenger sur cette cible, pour atteindre 9,0 points contre 8,5 points en 2012. TF1 se classe premier dans tous les types de programmes et obtient 99 des 100 meilleures audiences de l'année 2013. C'est la troisième fois depuis le lancement des données d'audiences en 1989 que TF1 réalise une telle performance.

Dans un contexte de forte intensité concurrentielle, TMC reste, à fin 2013, la 5^{ème} chaîne française et demeure *leader* historique de la TNT, avec une part d'audience de 3,4 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

NT1 stabilise sa part d'audience à 2,1 %, tout en continuant à progresser sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats pour atteindre 2,9 % de part d'audience en 2013 (+ 7,4 %).

A fin 2013, HD1 est le leader des 6 nouvelles chaînes HD lancées fin 2012 et réalise 0,6 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus et 0,8 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Les revenus du secteur **Antennes et Contenus**, qui s'élèvent à 1 725,6 millions d'euros, sont en baisse de 4,6 %. Le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites du Groupe atteint 1 487,6 millions d'euros (- 5,0 %), l'élargissement de l'offre dans un contexte de recul de la demande ayant engendré une forte pression sur les prix au cours de l'année. Après un premier semestre en recul de 8,8 %, le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites du Groupe s'est stabilisé au troisième trimestre et a limité sa baisse à 1,8 % au quatrième trimestre.

Les autres revenus du secteur Antennes et Contenus sont en baisse sur un an, le dynamisme des activités digitales et radio ayant partiellement compensé le recul des recettes de Metro France et celles des activités de Contenus.

A fin décembre 2013, le **coût des programmes** des Antennes du Groupe, intégrant le lancement de HD1, s'élève à 946,7 millions d'euros, contre 1 004,4 millions d'euros un an plus tôt, soit une économie significative de 57,7 millions d'euros. Pour mémoire, TF1 avait diffusé 9 matches de l'UEFA Euro 2012 de football pour un montant de 24,2 millions d'euros. Ainsi, le coût des programmes hors événement sportif reste en nette économie en 2013 de 33,5 millions d'euros, dont 22,0 millions d'euros peuvent être considérés comme récurrents. Les économies réalisées sur la chaîne TF1 compensent très largement le renforcement des grilles de TMC et NT1 et le lancement de HD1.

Le résultat opérationnel courant du secteur Antennes et Contenus à fin décembre 2013 atteint ainsi 101,6 millions d'euros contre 160,1 millions d'euros à fin décembre 2012, soit un recul de 58,5 millions d'euros.

Services Consommateurs

Le chiffre d'affaires 2013 du secteur **Services Consommateurs** s'élève à 205,1 millions d'euros, en baisse de 14,6 % par rapport à 2012.

Ce recul est notamment dû à l'activité Vidéo, qui avait bénéficié en 2012 du succès de la sortie du film *Intouchables*, et à Téléshopping, dont les commandes se sont inscrites en baisse en 2013 et dont l'activité Place des Tendances a été cédée fin 2013. TF1 Entreprises enregistre une croissance de 8,3 % de son chiffre d'affaires, en raison du dynamisme de ses activités, notamment l'édition musicale et les licences.

Le résultat opérationnel courant du secteur progresse de 7,3 millions d'euros pour atteindre 25,3 millions d'euros en 2013. Il intègre un produit non-récurrent lié à la cession de Place des Tendances.

Offre Payante

Au 31 décembre 2013, le chiffre d'affaires du secteur **Offre Payante** s'élève à 530,7 millions d'euros (- 5,7 %).

A fin 2013, le chiffre d'affaires du groupe Eurosport est en recul de 22,2 millions d'euros (- 4,7 %) à 452,9 millions d'euros. Cette baisse résulte d'un recul des revenus non-publicitaires sur un an, en lien avec des difficultés sur les marchés espagnol et scandinave, qui sont partiellement compensées par le succès de la chaîne en Europe de l'Est et en Europe Centrale, ainsi que par le développement d'Eurosport Asie-Pacifique. Le chiffre d'affaires publicitaire d'Eurosport est en baisse sur un an, en raison d'une base de comparaison peu favorable liée à un calendrier sportif riche en 2012 (UEFA Euro 2012 et Jeux Olympiques d'été de Londres).

Le groupe Eurosport continue néanmoins d'améliorer sa rentabilité et voit son résultat opérationnel courant progresser de 18,2 millions d'euros sur un an à 81,8 millions d'euros. Le taux de marge opérationnel atteint ainsi 18,1 % en 2013 (+ 4,7 points en un an).

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques payantes en France est en recul de 11,2 % en 2013, à 77,8 millions d'euros. Ces chaînes ont évolué dans un environnement difficile en 2013, avec d'une part la concurrence d'une offre gratuite élargie en France et un contexte économique défavorable qui pèse sur le marché publicitaire.

Le résultat opérationnel courant 2013 s'établit à - 2,3 millions d'euros contre 0,7 million d'euros en 2012. Les efforts d'amélioration de la base de coûts ont permis de compenser partiellement le recul des recettes sur 2013.

Une structure financière toujours très saine

En 2013, le groupe TF1 a renforcé sa situation financière. Au 31 décembre 2013, les capitaux propres part du Groupe de TF1 s'élèvent à 1 711,4 millions d'euros pour un total bilan de 3 529,8 millions d'euros. La trésorerie nette à fin décembre 2013 est de 255,5 millions d'euros, en progression de 19,2 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2012.

Un dividende de 0,55 euro par action

Le Conseil propose à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 17 avril 2014, de distribuer un dividende de 0,55 euro par action.

Les dates de détachement, d'arrêté des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 24 avril, 28 avril et 29 avril 2014.

Perspectives

Dans un contexte économique morose, caractérisé par l'absence de signaux de reprise et par une visibilité toujours faible, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait s'inscrire en recul en 2014.

Pour le groupe TF1, l'année 2014 sera également marquée par deux événements exceptionnels :

- la Coupe du Monde de Football, événement fort et fédérateur, mais dont les droits, acquis en 2005 pour 130 millions d'euros, pèseront sur la rentabilité du Groupe ;
- la cession probable de 31% d'Eurosport International à Discovery Communications, après la cession des premiers 20 % intervenue en 2012.

Fort d'une structure financière solide, le groupe TF1 reste totalement mobilisé pour poursuivre sa transformation :

- en continuant de faire évoluer son cœur de métier ;
- en menant à terme la phase II du plan d'optimisation, avec l'objectif de 29 millions d'euros d'économies récurrentes restant à réaliser d'ici fin 2014 ;
- en faisant de la croissance une priorité, avec prudence et détermination.

Rémunération des dirigeants

Conformément aux recommandations AFEP-MEDEF, les informations sur les rémunérations sont publiées ce jour sur le site www.groupe-tf1.fr, rubrique Finance / Gouvernance / Rémunération des dirigeants.

Les comptes ont été audités et un rapport avec une certification sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.
Retrouvez l'intégralité des comptes et annexes sur le site www.groupe-tf1.fr.

La réunion de présentation des résultats aux analystes financiers sera retransmise sur Internet le 19 février 2014 à partir de 11h sur www.groupe-tf1.fr.

Au cours de l'année 2013, le groupe TF1 a modifié la présentation de ses informations sectorielles.
Toutes les données utiles relatives à ce changement sont également disponibles sur le site www.groupe-tf1.fr.



LE GROUPE

Rapport d'activité

2013

Sommaire

Les comptes de l'année 2013, en application de la norme IFRS 5, présentent séparément les contributions d'Eurosport International en cours de cession. Afin d'assurer la comparabilité avec les publications antérieures et compte-tenu du fait que la cession d'Eurosport International n'est pas intervenue au cours de l'exercice 2013, la communication des résultats de l'exercice est faite sur la base des données financières non-retraitées de la norme IFRS 5. La note 6 de l'annexe aux comptes consolidés présente le tableau de passage entre les données financières utilisées dans le présent document et les résultats financiers publiés par le Groupe

SOMMAIRE	2
RESULTATS	3
Indicateurs financiers	3
Contribution des activités au compte de résultat consolidé	4
Détail du chiffre d'affaires publicitaire Groupe	4
Détail du coût des programmes par type	5
FAITS MARQUANTS 2013	6
RAPPORT DE GESTION	9
1. PERFORMANCE FINANCIERE	9
2. DETAIL DES ACTIVITES	13
3. RESPONSABILITE SOCIETALE	22
PERSPECTIVES	24
COMPTES CONSOLIDES 2013	25
Bilan consolidé	25
Bilan consolidé (suite)	26
Compte de résultat consolidé	27
ÉTAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES	28
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	29
Tableau des flux de trésorerie consolidés	30
Notes annexes aux états financiers consolidés	31
CALENDRIER PREVISIONNEL	32

Résultats

Indicateurs financiers

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1. La définition de chacun des secteurs ci-dessous est présentée en note 2.27 – secteurs opérationnels de l'annexe aux comptes consolidés. Les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels sont disponibles sur le site du groupe TF1 : <http://www.groupe-tf1.fr/finance/resultats-publications/presentations-investisseurs/presentations-investisseurs-6282191-843.html>. La répartition des entités consolidées par pôles opérationnels est présentée en note 37 – périmètre de consolidation de l'annexe aux comptes consolidés.

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées de TF1, non retraités de la norme IFRS 5. Elles intègrent donc les flux de résultat des entités d'Eurosport International.

<i>en millions d'euros</i>	2013	2012
Chiffre d'affaires consolidé	2 470,3	2 620,6
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 679,0</i>	<i>1 775,5</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>791,3</i>	<i>845,1</i>
Résultat opérationnel courant	223,1	258,1 ⁽¹⁾
Résultat opérationnel	223,1	210,4 ⁽¹⁾
Résultat net part du Groupe	137,0	136,0
Capacité d'autofinancement ⁽²⁾	260,8	277,0
Total capitaux propres part du Groupe	1 711,4	1 684,8
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-)	255,5	236,3
Bénéfice net par action (€)	0,65	0,65
Bénéfice net dilué par action (€)	0,65	0,64

(1) dont 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC

(2) capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt.

	2013	2012
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 645	210 716
Cours de clôture fin de période (en euros)	14,0	8,9
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	3,0	1,9

Contribution des activités au compte de résultat consolidé

en millions d'euros	Contribution au chiffre d'affaires		Contribution au résultat opérationnel courant	
	2013	2012	2013	2012
Antennes & contenus	1 725,6	1 809,3	101,6	160,1*
Antennes	1 654,9	1 737,8	92,8	154,9*
Contenus	70,7	71,5	8,8	5,2
Services consommateurs	205,1	240,3	25,3	18,0
TF1 Vidéo	58,0	84,1	0,8	0,3
Téléshopping	85,5	99,3	14,2	6,8
TF1 Entreprises	61,6	56,9	10,3	10,9
Offre Payante	530,7	562,7	79,5	64,3
Groupe Eurosport	452,9	475,1	81,8	63,6
<i>dont Eurosport International</i>	385,8	406,0	76,6	57,8
Chaînes Thématiques France	77,8	87,6	(2,3)	0,7
 Holding et Divers	8,9	8,3	16,7	15,7
TOTAL	2 470,3	2 620,6	223,1	258,1*

* dont 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC

Détail du chiffre d'affaires publicitaire Groupe

en millions d'euros	Contribution au chiffre d'affaires publicitaire	
	2013	2012
Publicité Antennes & Contenus	1 571,3	1 649,7
dont Télévision	1 487,6	1 566,0
dont Autres Supports	83,7	83,7
Publicité Offre Payante	107,7	125,8
dont Groupe Eurosport	90,2	98,6
<i>dont Eurosport International</i>	81,2	88,8
dont Chaînes Thématiques France	17,5	27,2
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE GROUPE	1 679,0	1 775,5

Détail du coût des programmes par type

Le groupe TF1 présente ci-après le coût des programmes de ses quatre Antennes en clair (TF1, TMC, NT1, HD1). La définition de cet indicateur diffère de la notion de coût de grille qui était auparavant présentée pour TF1 uniquement. Le détail de ce changement de méthode est disponible sur le site du groupe TF1 : www.groupe-tf1.fr/finance.

<i>en millions d'euros</i>	2013	2012
Total coûts de programmes	946,7	1 004,4
<i>Evènements sportifs</i>	-	24,2
Total hors événements sportifs	946,7	980,2
Variétés / Jeux / Magazines	285,1	294,3
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	321,9	312,7
Sports (hors événements sportifs)	60,4	101,0
Information	100,8	107,6
Films	161,8	148,1
Jeunesse	16,7	16,5

Faits marquants 2013

Janvier

9 janvier 2013 : TF1 est partenaire de la 24^{ème} édition de l'opération Pièces Jaunes, qui se déroule du 9 janvier au 16 février 2013.

17 janvier 2013 : MYTF1 innove avec *Connect*, une nouvelle expérience de télévision synchronisée avec un second écran (*smartphone*, tablette ou ordinateur). Lancée le 2 février, dans le cadre de la nouvelle saison de *The Voice*, *Connect* marque une nouvelle étape importante dans le développement digital du Groupe.

19 janvier 2013 : la 16^{ème} édition du Festival du Film de Comédie de l'Alpe d'Huez a récompensé deux films coproduits par TF1 Films Production : *Mariage à l'anglaise* et *La cage dorée*.

Février

5 février 2013 : à l'occasion de la 8^{ème} cérémonie des Globes de Cristal qui s'est tenue au Lido à Paris, le spectacle *1789, les amants de la Bastille* a reçu le Globe de Cristal de la meilleure comédie musicale de l'année.

14 février 2013 : la 15^{ème} édition des Trophées QualiWeb organisée par l'institut d'études Cocedal Conseil a attribué à TF1 pour la deuxième année consécutive la première place dans la catégorie "Information et Média" pour la qualité de sa relation avec ses téléspectateurs et internautes à travers sa plate-forme "TF1&Vous".

18 février 2013 : TF1 s'associe à l'association "Reporters d'espoirs" pour proposer aux téléspectateurs une série de reportages consacrés à des initiatives régionales originales et utiles.

25 février 2013 : le site Info du groupe TF1 prend un nouveau virage et devient MYTF1News. Une nouvelle marque pour un positionnement plus incarné.

25 février 2013 : seul groupe media à avoir obtenu le Label Diversité en décembre 2010, TF1 a été assujéti à un audit de contrôle du 26 au 30 novembre 2012. Les auditeurs de l'Afnor Certification ont souligné l'efficacité des dispositifs en matière d'égalité de traitement et de prévention des discriminations.

Mars

1^{er} Mars 2013 : TF1 Publicité propose à ses annonceurs une offre de ciblage comportementale en s'appuyant sur l'expertise data de Weborama. A partir de mi-février 2013, les annonceurs souhaitant communiquer autour du *replay* des programmes de TF1, HD1, Eurosport et WAT.tv pourront faire du ciblage comportemental, dans le cadre de leur campagne publicitaire en format *instream*.

4 mars 2013 : à l'occasion de l'anniversaire du parc, Disneyland Paris et son agence Optimedia lancent une opération TV inédite conçue par TF1 Publicité avec la nouvelle technologie *Connect* de MYTF1.

8 mars 2013 : eurosport.com a réalisé sa meilleure performance digitale en février avec une moyenne de 5,7 millions de visiteurs par jour. Ce nouveau record cumule au quotidien 4,1 millions de visiteurs sur Internet et 1,6 million sur le mobile. Un record a également été réalisé en France sur le mois de février avec plus de 600 000 visiteurs par jour pour le mobile.

22 mars 2013 : "La Médiasphère", le magazine média de LCI présenté par Julien Arnaud, fête sa 100^{ème} émission. A cette occasion, l'équipe s'est exceptionnellement délocalisée à Dallas, dans le célèbre ranch de Southfork où s'est tournée la série culte des années 80.

26 mars 2013 : dans le cadre de la phase 2 du déploiement des six nouvelles chaînes de la TNT, HD1 est diffusée dans le Grand Ouest. La chaîne est désormais potentiellement reçue par 47 % des foyers français.

26 mars 2013 : la régie finale multi-chaînes de Boulogne, qui diffuse depuis son lancement HD1, accueille TV Breizh.

30 mars 2013 : après le succès remporté par les boutiques Téléshopping de Paris et de Lyon, une troisième ouvre ses portes dans le plus grand centre commercial du nord de Paris, O'Parinor à Aulnay-sous-Bois. Cette ouverture est une étape importante dans le développement multi-canal de Téléshopping.

Avril

22 avril 2013 : les trois chaînes thématiques de TF1 (Ushuaïa TV, Stylia et Histoire) sont diffusées depuis Boulogne. Elles étaient auparavant diffusées depuis le site de Lorient.

25 avril 2013 : Laurent-Eric Le Lay est nommé Directeur général de TF1 Publicité à compter du 1^{er} juin.

29 avril 2013 : le Conseil d'Administration du groupe Eurosport réuni le 26 avril a décidé de nommer Philippe Denery, Président et Jean-Thierry Augustin, Directeur général du groupe Eurosport. Philippe Denery demeure par ailleurs Directeur général Adjoint Finances du Groupe TF1.

Mai

12 mai 2013 : HD1 réalise son record d'audience historique en diffusant le film *Gladiator*. La chaîne rassemble 458 000 téléspectateurs à cette occasion.

22 mai 2013 : *Connect*, l'expérience de télévision synchronisée avec un second écran, s'étend au domaine de l'information. Les téléspectateurs-internautes pourront, après avoir cliqué sur l'onglet "Connect" de l'application MYTF1News, approfondir leurs connaissances sur certains sujets des Journaux Télévisés de 13 heures et de 20 heures.

29 mai 2013 : le journal Metro change de nom et unifie son offre d'information "tous supports" sous la marque Metronews.

30 mai 2013 : le Comité de Direction générale de TF1 a entériné un ensemble de mesures d'économies en vigueur au 1^{er} juin ou 1^{er} juillet 2013.

Juin

3 juin 2013 : du 3 au 9 juin les rédactions de TF1, LCI, MYTF1News et Metronews se mobilisent pour l'emploi en lançant la 7^{ème} édition d'*Une semaine pour l'emploi*. Depuis le lancement de l'opération en 2009, plus de 15 000 contrats ont été signés. Fort de ces chiffres encourageants, le groupe TF1 a décidé de renouveler cette initiative positive.

10 juin 2013 : HD1 diffuse sa première création originale, *Ma Meuf*, produite par Calt, un programme court de 60 épisodes de 3 minutes chacun.

13 juin 2013 : la deuxième édition des *Social Media Awards* s'est tenue à Paris. A cette occasion, TF1 reçoit le prix de la meilleure chaîne *social TV* pour ses émissions : *NRJ Music Awards*, *The Voice*, *Les Enfoirés* et *Miss France*.

19 juin 2013 : MYTF1VOD organisait la 1^{ère} édition des VODAYS à l'auditorium de TF1. 50 journalistes et ayant-droits étaient présents. L'occasion pour MYTF1VOD de présenter ses nouveaux développements et d'afficher ses ambitions.

26 juin 2013 : le Prix Media Enfance Majuscule, récompense le programme court *Cécile et Kevin* dans la catégorie jeunesse, produit par Made in PM et TF1 en partenariat avec l'UNICEF. La mini-série traite, avec humour, du sujet de l'intolérance à l'école et du respect envers ceux qui sont différents.

28 juin 2013 : TMC réalise son record d'audience historique sur le foot avec le match Espagne-Italie comptant pour la FIFA Coupe des Confédérations, suivi par 1,9 million de téléspectateurs. TMC diffuse du 15 juin au 30 juin cette compétition en exclusivité.

Juillet

8 Juillet 2013 : Kaptainmusic.com, la librairie musicale du groupe TF1 initiée par Une Musique/TF1 Entreprises, est lancée.

11 juillet 2013 : le contrat de partenariat public/privé entre le Groupement mené par Bouygues et le Conseil général des Hauts-de-Seine est signé pour la construction et l'exploitation de la future Cité musicale de l'Ile Séguin à Boulogne. TF1 Entreprises sera en charge de la gestion et de l'exploitation du site.

Août

19 août 2013 : NT1 met à l'antenne *VDM*, un programme court humoristique directement inspiré de véritables anecdotes du site à succès viedemerde.fr.

Septembre

4 septembre : Meltygroup, premier groupe média pour les jeunes sur Internet et WAT.tv, plateforme de vidéo *online* de TF1, annoncent la signature d'une alliance pour la création d'une offre média Internet la plus puissante et la plus complète destinée aux 15-34 ans.

5 septembre 2013 : l'émission *The Voice* reçoit le "Grand Prix des Médias" décerné par le magazine

2013 | Faits marquants

professionnel CB News. C'est la première fois en 15 ans qu'un programme remporte cette distinction, habituellement attribuée à un groupe audiovisuel. *The Voice* remporte deux autres récompenses : meilleure émission de TV divertissement-flux et meilleur programme ou support multi-écrans.

5 septembre 2013 : TF1 Publicité et Twitter concluent un accord de partenariat commercial inédit en France via le dispositif *Twitter Amplify*. Les annonceurs peuvent parrainer les vidéos des programmes de TF1 et bénéficier d'une viralité accrue sur le réseau social via des *tweets* sponsorisés. TF1 Publicité et Twitter offrent ainsi aux marques la possibilité de renforcer leur association à un programme et de bénéficier de sa résonance sociale sur Twitter.

14 septembre 2013 : le jury du 15^{ème} festival de la fiction TV de La Rochelle, présidé par le comédien et réalisateur Alexandre Astier, a décerné 3 prix à TF1 : le prix de la meilleure série pour *Profilage*, le prix de la meilleure nouvelle série pour *Falco*, le prix de la meilleure musique pour *Nom de code Rose*.

26 septembre 2013 : d'après l'étude One 2012/2013, Metronews compte 2 866 000 lecteurs, en progression de + 2,2 % par rapport à l'étude One 2012. C'est la plus forte hausse d'audience de la presse gratuite d'information.

28 septembre 2013 : Eurosport et Discovery Communication concrétisent leur premier accord de programmation : *Eurosport sur Velocity*, un nouveau programme dédié aux temps forts des sports mécaniques est diffusé le samedi après-midi de 13 heures à 15 heures sur la chaîne de Discovery, Velocity, premier réseau américain ciblant un public masculin CSP+.

Octobre

7 octobre 2013 : pour la 3^{ème} année consécutive, le Journal de 13H de Jean-Pierre Pernaut et MYTF1News proposent durant 2 semaines de mettre leurs antennes au service de l'opération "SOS Villages", qui lutte contre la désertification dans les zones rurales.

Novembre

5 novembre 2013 : le groupe TF1 cède à Printemps Holding France SAS sa participation de

80 % dans Place des Tendances, site Internet de e-commerce qui était détenu par le biais de sa filiale Téléshopping.

18 novembre 2013 : le match de football France-Ukraine rassemble 13,6 millions de téléspectateurs avec un pic à 18 millions, soit la 2^{ème} meilleure audience toutes chaînes confondues en 2013. Une soirée record également sur MYTF1 Connect avec 615 000 connexions *live* et sur les réseaux sociaux avec plus de 1,2 million de commentaires postés sur Twitter.

20 novembre 2013 : les groupes TF1 et Discovery Communications indiquent qu'ils entament des discussions pour évaluer si Discovery exercera par anticipation son option d'achat dans Eurosport.

Décembre

10 décembre 2013 : TF1 remporte trois prix aux *Social Media Awards*, organisés par NPA Conseil, qui viennent récompenser la stratégie du Groupe en matière de *social TV*.

Déjà lauréat en 2012, Nikos Aliagas confirme son statut de "Personnalité numérique de l'année". *Danse avec les Stars* remporte le prix de la meilleure empreinte numérique de programme de *prime time*. « *The Voice* et Cacharel » remporte le prix UDECAM du meilleur dispositif de communication numérique.

14 décembre 2013 : avec plus de 2,1 millions de *tweets* publiés par les téléspectateurs, les *NRJ Music Awards* enregistrent le record historique de *tweets* en France pour un programme.

20 décembre 2013 : TF1 Publicité et Discovery Communications signent un accord actant la prise en régie par TF1 Publicité des chaînes Discovery Channel et Discovery Science en France dès le 1^{er} janvier 2014. Ces chaînes rejoignent ainsi le portefeuille des chaînes thématiques vendues par TF1 Publicité.

23 décembre 2013 : à l'issue de l'appel d'offres mené par l'UEFA, TF1 a été désignée diffuseur officiel des matchs de l'Equipe de France de Football de septembre 2014 jusqu'à la Coupe du Monde FIFA 2018. A ce titre, la chaîne diffusera en direct et en exclusivité les matchs des Bleus (amicaux et qualificatifs), soit une dizaine de matchs par saison.

Rapport de gestion

Boulogne-Billancourt, le 18 février 2014

Changement de méthode comptable

Au cours de l'année 2013, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 des annexes applicables à compter du premier janvier 2013 et qui sont sans incidence sur les comptes.

Changement de présentation

Au cours de l'année 2013, le groupe TF1 a fait évoluer la présentation de son information sectorielle (cf. notes 1, 2 et 6 des Etats Financiers).

Les comptes de l'année 2013, en application de la norme IFRS 5, présentent séparément les contributions d'Eurosport International en cours de cession. Afin d'assurer la comparabilité avec les publications antérieures et compte-tenu du fait que la cession d'Eurosport International n'est pas intervenue au cours de l'exercice 2013, la communication des résultats de l'exercice est faite sur la base des données financières non-retraitées de la norme IFRS 5. La note 6 de l'annexe aux comptes consolidés présente le tableau de passage entre les données financières utilisées dans le présent document et les résultats financiers publiés par le Groupe.

1. Performance financière

1.1. Chiffre d'affaires

Au 31 décembre 2013, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 2 470,3 millions d'euros, en baisse de 150,3 millions d'euros (- 5,7 %).

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'élève à 1 679,0 millions d'euros, en recul de 5,4 % par rapport à l'année 2012.

Il se compose de :

- 1 487,6 millions d'euros de revenus publicitaires pour les 4 chaînes en clair du Groupe (- 5,0 %). Ce recul est lié à l'environnement économique particulièrement dégradé et à une pression concurrentielle forte, qui ont engendré une pression sur les prix. Toutefois, le groupe TF1 a su adapter sa politique commerciale au cours de l'année 2013. Ainsi, après un premier semestre en recul de 8,8 % (- 13,0 % lors du premier

trimestre 2013 et - 4,9 % au deuxième trimestre), le chiffre d'affaires des 4 chaînes en clair du groupe TF1 a connu une baisse limitée à 1,1 % au second semestre (stabilité au troisième trimestre 2013 et recul de 1,8 % au quatrième trimestre).

- 83,7 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, stable sur un an. Le dynamisme de la publicité sur Internet (e-TF1) et des activités de la régie TF1 Publicité pour compte de tiers (activité radios notamment) compense la baisse des revenus publicitaires de Metro France ;
- 107,7 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux supports du secteur Offre Payante, en baisse de 14,4 % par rapport à 2012. Ce recul s'explique, d'une part, par la baisse des revenus publicitaires des chaînes payantes en France, en lien avec la conjoncture difficile et, d'autre part, par la baisse du chiffre d'affaires publicitaire du groupe Eurosport, liée à une saisonnalité publicitaire différente en 2013 par rapport à 2012, année de diffusion des Jeux Olympiques d'été et de l'UEFA Euro 2012.

Le chiffre d'affaires non-publicitaire du Groupe au 31 décembre 2013 s'élève à 791,3 millions d'euros, en retrait de 6,4 % par rapport à 2012 (- 53,8 millions d'euros). Le secteur Services aux consommateurs voit son chiffre d'affaires reculer de 35,2 millions d'euros. La croissance de l'activité de TF1 Entreprises ne compense que partiellement le recul de TF1 Vidéo (base de comparaison élevée du fait du succès d'*Intouchables* en 2012) et de Téléshopping. Les revenus non-publicitaires d'Eurosport sont en baisse de 3,7 % tandis que l'activité Contenus est en recul de 1,1 %.

Au quatrième trimestre 2013, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 724,3 millions d'euros, en recul de 5,7 %.

Sur cette période, le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'élève à 519,0 millions d'euros, en recul de 1,6 % par rapport au quatrième trimestre 2012.

Il se décompose en :

- 461,7 millions d'euros de revenus publicitaires pour les 4 chaînes en clair du Groupe (- 1,8 % sur un an) ;

- 27,2 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, en baisse de 4,6 % sur un an, notamment en lien avec le recul du chiffre d'affaires de Metro France ;
- 30,1 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux supports du secteur Offre Payante, en hausse de 4,9 % par rapport au dernier trimestre 2012.

Le chiffre d'affaires non-publicitaire du Groupe au quatrième trimestre 2013 s'élève à 205,3 millions d'euros, en baisse de 14,6 % par rapport à la même période de l'année précédente. Ce recul s'explique principalement par la baisse des revenus du secteur Services aux consommateurs (- 22,2 % sur un an, en partie lié à la déconsolidation de Place des Tendances au 5 novembre 2013) des revenus non-publicitaires du groupe Eurosport (- 8,6 %).

1.2. Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Dans le cadre de la phase II du plan d'optimisation lancé en 2012, le Groupe a généré 41 millions d'euros d'économies récurrentes en 2013, dont 22 millions d'euros d'économies sur le coût des programmes de TF1, 10 millions d'euros sur les frais généraux du Groupe et 9 millions d'euros au titre de la productivité. Ces économies, ajoutées aux 15 millions d'euros générés en 2012, portent ainsi à 56 millions d'euros les économies récurrentes réalisées depuis le début du plan d'optimisation, sur l'engagement de 85 millions d'euros à réaliser d'ici fin 2014. Le Groupe a d'ores et déjà finalisé son engagement de réduction des frais généraux de 17 millions d'euros. Il lui reste ainsi à générer 29 millions d'euros d'économies en 2014, dont 10 millions d'euros sur le coût des programmes de la chaîne TF1 et 19 millions d'euros d'économies de productivité.

Au 31 décembre 2013, le coût des programmes des 4 chaînes en clair du groupe TF1 s'élève à 946,7 millions d'euros, contre 1 004,4 millions d'euros un an plus tôt, soit une baisse de 57,7 millions d'euros d'une année sur l'autre.

Hors événement sportif, le coût des programmes recule de 33,5 millions d'euros. TF1 avait en effet diffusé 9 matchs de l'Euro 2012 de Football pour un coût de 24,2 millions d'euros.

La chaîne TF1 réalise une économie substantielle, puisque ce coût des programmes intègre HD1, lancée fin décembre 2012, ainsi que le renforcement des grilles de TMC et NT1 face à une concurrence accrue sur la TNT.

A fin 2013, les autres charges, amortissements et provisions sont en amélioration de 57,6 millions d'euros. Pour mémoire, ils intégraient 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC au premier trimestre 2012. A fin 2013, ils intègrent le produit de la cession de Place des Tendances, ainsi qu'une provision relative à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014, comptabilisés au quatrième trimestre 2013.

1.3. Résultat opérationnel courant

Le Groupe affiche un résultat opérationnel courant de 223,1 millions d'euros en 2013, contre 258,1 millions d'euros un an auparavant. Ce recul de 35,0 millions d'euros du résultat est à mettre au regard du repli du chiffre d'affaires de 150,3 millions d'euros. A fin 2013, il intègre le produit de la cession de Place des Tendances ainsi qu'une provision relative à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014, comptabilisés au quatrième trimestre 2013.

Au dernier trimestre 2013, les efforts d'adaptation entrepris par le Groupe ont ainsi continué à porter leurs fruits et lui ont permis d'améliorer sa rentabilité d'une année sur l'autre pour le troisième trimestre consécutif. Le résultat opérationnel courant du Groupe progresse ainsi de 14,9 millions d'euros (+ 14,3 %) pour atteindre 118,8 millions d'euros, alors que le chiffre d'affaires consolidé s'inscrit en recul de 43,4 millions d'euros (- 5,7 %). Le taux de marge opérationnelle courante du Groupe s'établit ainsi à 16,4 % contre 13,5 % au quatrième trimestre 2012, soit une progression de 2,9 points sur un an.

1.4. Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 223,1 millions d'euros au 31 décembre 2013, soit une hausse de 12,7 millions d'euros par rapport à 2012. Le taux de marge opérationnelle s'établit à 9,0 % contre 8,0 % un an plus tôt.

Pour mémoire, le résultat opérationnel de 2012 intégrait 47,7 millions de coûts non-récurrents liés à la phase II du plan d'optimisation, d'une part et au plan de sauvegarde de l'emploi à TF1 Vidéo, d'autre part.

1.5. Résultat net

Le coût de l'endettement financier net du Groupe s'établit à + 0,4 million d'euros au 31 décembre 2013.

Les autres produits et charges financiers s'établissent à 0,8 million d'euros en 2013 contre un produit de 5,8 millions d'euros un an plus tôt. Pour mémoire, la revalorisation à la juste valeur de l'option d'achat octroyée en juin 2010 à M. Claude Berda et portant sur la participation détenue par TF1 de 33,5 % du capital de Groupe AB avait été comptabilisée au deuxième trimestre 2012.

La charge d'impôt s'élève sur la période à 73,4 millions d'euros contre une charge de 70,5 millions d'euros en 2012.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence progresse de 7,2 millions d'euros à + 0,8 million d'euros grâce notamment à une meilleure performance du Groupe AB et à la cession au 1^{er} trimestre 2013 de WBTV qui générait des pertes en 2012.

La part du résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle s'élève à 14,7 millions d'euros au 31 décembre 2013 contre 3,3 millions d'euros un an plus tôt. Cette hausse s'explique notamment par l'entrée de Discovery Communications au capital d'Eurosport et de plusieurs chaînes thématiques payantes en France en décembre 2012.

Ainsi, le résultat net part du Groupe au 31 décembre 2013 s'élève à 137,0 millions d'euros contre 136,0 millions d'euros un an plus tôt.

Au quatrième trimestre 2013, le résultat net part du Groupe s'établit à 75,3 millions d'euros, contre 48,4 millions d'euros un an auparavant.

1.6. Structure Financière

Au 31 décembre 2013, le total des capitaux propres part du Groupe s'élève à 1 711,4 millions d'euros pour un total bilan de 3 529,8 millions d'euros.

La trésorerie nette à fin décembre 2013 atteint 255,5 millions d'euros contre 236,3 millions au 31 décembre 2012.

Le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 025,0 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires.

Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul. Ce portefeuille de lignes de crédit est renouvelé régulièrement en fonction des tombées d'échéance des lignes afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

La structure financière du groupe TF1 reste donc très saine.

1.7. Dividende

Le Conseil propose à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 17 avril 2014, de distribuer un dividende de 0,55 euro par action, correspondant à un rendement de 5,2 % sur la base du cours moyen de l'année 2013 (10,5 euros). Les dates de détachement, d'arrêt des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 24 avril, 28 avril et 29 avril.

1.8. Point social

Au 31 décembre 2013, le groupe TF1 compte 3 451 collaborateurs en CDI contre 3 680 à fin 2012, dont 687 collaborateurs d'Eurosport International.

1.9. Gouvernance

Le mandat d'Administrateur de Janine Langlois-Glandier expire à l'issue de l'Assemblée Générale du 17 avril 2014. Le Conseil, suivant les recommandations du Comité de Sélection, soumet à l'approbation des actionnaires le renouvellement de son mandat pour deux années, soit jusqu'à l'Assemblée Générale appelée à statuer sur les comptes 2015.

Par ailleurs, les mandats des deux Administrateurs représentant le personnel, à savoir Jean-Pierre Pernaut et Fanny Chabirand, arrivent à échéance en 2014. Conformément aux dispositions légales, les Administrateurs représentant du personnel seront directement élus par les collaborateurs de TF1, avant la prochaine Assemblée Générale. Les élections auront lieu le 3 avril 2014. L'Assemblée Générale du 17 avril 2014 aura connaissance des noms des Administrateurs représentant du personnel élus, pour deux ans, par les collèges électoraux et devra prendre acte de leur élection et de leur désignation en qualité d'Administrateurs représentant du personnel.

1.10. Performances boursières

Au 31 décembre 2013, l'action TF1 clôture à 14,01 euros, soit une hausse de 58,3 % par rapport à fin décembre 2012.

Le CAC 40 et le SBF 120 connaissent sur cette même période une hausse de respectivement 18,0 % et 19,5 %.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2013, de 3,0 milliards d'euros contre 1,9 milliard à fin décembre 2012.

1.11. Actionariat

	Situation au 31 décembre 2013		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,5 %	43,5 %
Salariés TF1	14 707 698	7,0 %	7,0 %
<i>dont FCPE TF1</i>	14 543 101	6,9 %	6,9 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	164 597	0,1 %	0,1 %
Flottant étranger (2)	78 671 183	37,2 %	37,2 %
Flottant France (1) (2)	25 934 835	12,3 %	12,3 %
Autodétention	0	0,0 %	0,0 %
Total	211 260 013	100,0 %	100,0 %

	Situation au 31 décembre 2012		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,7 %	43,7 %
Salariés TF1	15 261 434	7,2 %	7,2 %
<i>dont FCPE TF1</i>	15 176 013	7,2 %	7,2 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	85 421	0,0 %	0,0 %
Flottant étranger (2)	76 846 349	36,5 %	36,5 %
Flottant France (1) (2)	26 570 241	12,6 %	12,6 %
Autodétention	0	0,0 %	0,0 %
Total	210 624 321	100,0 %	100,0 %

	Situation au 31 décembre 2011		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,6 %	43,6 %
Salariés TF1	13 159 913	6,2 %	6,2 %
<i>dont FCPE TF1</i>	13 071 427	6,2 %	6,2 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	88 486	0,0 %	0,0 %
Flottant étranger (2)	76 953 711	36,5 %	36,5 %
Flottant France (1) (2)	28 873 082	13,7 %	13,7 %
Autodétention	100 000	0,0 %	0,0 %
Total	211 033 003	100,0 %	100,0 %

(1) incluant les porteurs non-identifiés

(2) estimations relevé Euroclear

S'agissant des droits de vote, il n'existe pas d'écart significatif entre le nombre total de droits de vote théoriques et le nombre total de droits de vote exerçables en Assemblée Générale.

1.12. Evolution du capital

A la suite d'exercice de stock-options, 1 004 376 actions ont été créées sur l'année 2013.

TF1 a acheté 368 684 de ses propres actions. Le Conseil d'Administration a décidé l'annulation de celles-ci sur 2013.

Après prise en compte de ces éléments, le nombre d'actions et le nombre de droits de vote s'élèvent à 211 260 013 au 31 décembre 2013. Le montant du capital est de 42 252 002,60 euros.

Par ailleurs, le Conseil d'administration a constaté l'exercice de 34 500 options de souscription entre le 1^{er} janvier 2014 et le 18 février 2014.

1.13. Evènements survenus depuis la clôture

Suite aux accords signés le 21 janvier 2014, Discovery Communications est sur le point d'acquérir 31 % complémentaires du capital Eurospport SAS (cf. note 1 des annexes aux Etats financiers).

2. Détail des Activités

2.1. ANTENNES ET CONTENUS

Chiffre d'affaires (M€)	2013	2012	Var. %
Antennes	1 654,9	1 737,8	- 4,8 %
dont publicité TV	1 487,6	1 566,0	- 5,0 %
dont publicité autres supports	83,7	83,7	=
dont autre CA	83,6	88,1	- 5,1 %
Contenus	70,7	71,5	- 1,1 %
Antennes & Contenus	1 725,6	1 809,3	- 4,6 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2013	2012	Var. M€
Antennes	92,8	154,9	(62,1)
Contenus	8,8	5,2	+ 3,6
Antennes & Contenus	101,6	160,1	(58,5)

Le chiffre d'affaires du pôle Antennes et Contenus s'établit à 1 725,6 millions d'euros, en recul de 4,6 % sur un an (- 83,7 millions d'euros).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 101,6 millions d'euros, contre 160,1 millions d'euros au 31 décembre 2012 (- 58,5 millions d'euros). Pour mémoire, le résultat opérationnel courant de l'année 2012 intégrait 27,1 millions d'euros de produit lié à un remboursement de taxe CNC. A fin 2013, il intègre une provision relative à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014, comptabilisés au quatrième trimestre 2013.

Au dernier trimestre 2013, le chiffre d'affaires du secteur Antennes et Contenus s'élève à 534,7 millions d'euros, en recul de 20,9 millions d'euros (- 3,8 %). Le repli du résultat opérationnel courant est limité à 7,1 millions d'euros, pour atteindre 70,3 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle se maintient donc à 13,1 % contre 13,9 % un an auparavant.

2.1.1. Antennes

A fin 2013, le chiffre d'affaires des Antennes est en retrait de 4,8 % (- 82,9 millions d'euros) à 1 654,9 millions d'euros. Il se décompose en 1 487,6 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire pour les quatre chaînes en clair du Groupe (- 5,0 %), 83,7 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire sur les autres supports (stable sur un an) et 83,6 millions d'euros de chiffre d'affaires non publicitaire (- 5,1 %).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 92,8 millions d'euros, en baisse de 62,1 millions d'euros par rapport à l'année 2012, au cours duquel un produit de 27,1 millions d'euros lié à un remboursement de taxe CNC avait été comptabilisé. A fin 2013, il intègre une provision relative à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014, comptabilisés au quatrième trimestre 2013.

Chiffre d'affaires publicitaire¹

A fin 2013, les investissements publicitaires plurimédias bruts sont en hausse de 2,3 % à 27,3 milliards d'euros.

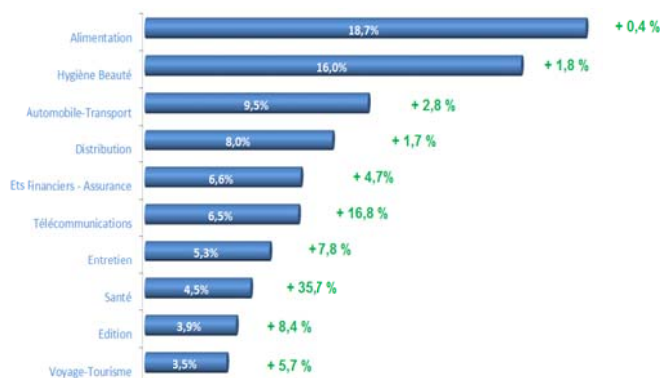
- La télévision est le premier media investi avec une part de marché qui augmente de 1,4 point sur un an à 35,1 % grâce à des investissements bruts en hausse de 6,6 % sur la période, pour atteindre 9,6 milliards d'euros. Les investissements bruts sur la TNT gratuite continuent de croître (+ 15,3 %) principalement grâce aux recettes des 6 nouvelles chaînes TNT HD lancées en décembre 2012. Les recettes brutes de la télévision historique progressent de 4,3 %. Les recettes brutes des chaînes diffusées sur le câble et le satellite sont en baisse prononcée de 7,1 %.
- La presse reste le second média investi en France, avec des recettes brutes de 7,5 milliards d'euros, en baisse de 1,1 % sur un an.
- La radio parvient à augmenter ses recettes brutes (+ 7,5 %) à 4,6 milliards d'euros.
- Les investissements sur l'affichage reculent de 8,2 % sur un an, à 2,7 milliards d'euros.
- Les investissements sur Internet sont en léger retrait de 0,4 % à 2,5 milliards d'euros.
- Enfin, le cinéma voit ses investissements progresser de 10,3 % à 420,1 millions d'euros.

Les recettes brutes des chaînes en clair du groupe TF1 sont en hausse de 5,0 % à fin 2013 par rapport à 2012.

L'évolution des investissements publicitaires bruts par secteur en 2013 pour ces quatre chaînes est présentée ci-dessous².

¹ Investissements plurimedia hors sponsoring 2013 (6 médias)

² Source : Kantar Média - Janvier-Décembre 2013



En 2013, le chiffre d'affaires publicitaire sur les 4 chaînes en clair du Groupe recule de 5,0 % tandis que le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports est stable à la faveur de la croissance de la publicité digitale et des activités de régie pour compte de tiers chez TF1 Publicité qui compensent le recul du chiffre d'affaires de Metro France.

Après deux trimestres en recul de respectivement 13,0 % et 4,9 %, le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes en clair du Groupe s'est stabilisé au troisième trimestre et a limité sa baisse à 1,8 % au quatrième trimestre.

La part de marché publicitaire brute pour l'année 2013 s'établit à 35,1 % (- 1,4 point par rapport à 2012) pour la chaîne TF1.

Le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports est quant à lui en retrait de 4,6 % au dernier trimestre 2013, après une hausse de 2,4 % sur les 9 premiers mois de l'année, pénalisé par la baisse des revenus de Metro France.

- **Antennes en clair**

Marché

Après avoir battu leur record absolu lors de l'achèvement du passage au tout-numérique en 2011 avec 8,7 millions d'unités, les ventes de téléviseurs reviennent progressivement à leur niveau antérieur avec 5,7 millions d'unités vendues en 2013¹.

Au 31 décembre 2013, la durée d'écoute de la télévision reste élevée et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 46 minutes, en retrait de 4 minutes par rapport à l'année 2012. Elle s'établit à 3 heures et 49 minutes pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, soit une baisse de 9 minutes par rapport à la même période de 2012.

¹ GfK Retail & Technology – Ventes annuelles en volume.

Les 6 nouvelles chaînes TNT HD lancées le 12 décembre 2012 sont disponibles auprès de plus de 67 % des français au 31 décembre 2013. A cette date, leur audience cumulée a atteint 2,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 3,1 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Audiences

Dans ce contexte de concurrence accrue, le groupe TF1 est *leader* des groupes audiovisuels français et ce, pour la première fois. Le Groupe s'emploie avec succès à établir la programmation la plus complémentaire et la plus pertinente possible sur ses 4 chaînes.

A fin décembre 2013, l'audience cumulée des 4 chaînes en clair du Groupe atteint 28,9 % sur les individus âgés de 4 ans et plus, soit une hausse de 0,5 point (+ 1,8 %) par rapport à l'année 2012. Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, l'audience cumulée atteint 32,6 % contre 32,2 % à fin décembre 2012 (+ 1,2 %).

TF1

La chaîne TF1 est la seule grande chaîne à voir sa part d'audience progresser à fin 2013, pour atteindre 22,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (contre 22,7 % à fin 2012). L'audience réalisée auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats atteint 25,2 %, en retrait de 0,3 point par rapport à fin décembre 2012 (- 1,2 %). Le groupe accroît ainsi l'écart de part d'audience avec son principal concurrent privé à 12,2 points sur les individus âgés de 4 ans et plus (contre 11,5 points au 31 décembre 2012) et 9,0 points sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (contre 8,5 points). Cette performance est le fruit d'une programmation innovante et fédératrice, cœur du savoir-faire de la chaîne.

TF1 confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social. La chaîne enregistre 99 des 100 meilleures audiences de l'année 2013 tous programmes confondus. TF1 enregistre la meilleure audience toutes chaînes confondues avec 13,6 millions de téléspectateurs pour *Le spectacle des Enfoirés* (le 15 mars), battant ainsi à nouveau son record historique. La chaîne TF1 a rassemblé 8 millions de téléspectateurs à 51 reprises. TF1 est la seule chaîne à rassembler plus de 9 millions de téléspectateurs (à 14 reprises) et 10 millions de téléspectateurs (à 3 reprises).

A fin 2013, la chaîne TF1 réunit en moyenne 6,0 millions de téléspectateurs en *prime time* et se positionne en tant que *leader* 9 soirées sur 10.

L'innovation permet à la chaîne de renouveler ses marques fortes et de renforcer ses rendez-vous réguliers. 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 proposés et de réaliser :

- 99 des 100 meilleures audiences des journaux télévisés.

Les *Journaux Télévisés* de TF1 restent les plus fédérateurs d'Europe. Les efforts de modernisation de l'Information du Groupe portent leurs fruits et la part d'audience des journaux télévisés augmente ainsi sensiblement à fin 2013 : la part d'audience du Journal Télévisé de 13 heures progresse de 1,2 point à 44,0 % sur les individus âgés de 4 ans et plus et le Journal Télévisé de 20 heures atteint 27,4 % de part d'audience sur cette cible (+ 0,7 point sur un an). Les Journaux télévisés de TF1 augmentent l'écart avec les éditions du Journal télévisé concurrent. Il s'établit à 3,7 millions de téléspectateurs pour le Journal Télévisé de 13 heures (+ 0,3 million de téléspectateurs en un an) et à 1,8 million de téléspectateurs pour le Journal Télévisé de 20 h (+ 0,3 million).

- 94 des 100 meilleures audiences des séries américaines

Deux séries ont été lancées avec succès cette année : *Unforgettable* et *Person of interest* qui ont rassemblé respectivement jusqu'à 9,0 millions et 7,5 millions de téléspectateurs. Les séries comme *Mentalist* ou *Esprit Criminels* ont par ailleurs réalisé de très bon scores d'audience (jusqu'à 9,4 millions et 8,5 millions de téléspectateurs respectivement).

- 87 des 100 meilleures audiences des fictions françaises

Profilage a affiché sa saison record avec jusqu'à plus de 8,2 millions de téléspectateurs. L'audience de la fiction a progressé de 500 000 téléspectateurs d'une saison à l'autre. *Nos Chers Voisins* ont rassemblé jusqu'à 8,2 millions de téléspectateurs et *Pep's* jusqu'à 8,7 millions.

- 78 des 100 meilleures audiences des divertissements et magazines

Les Enfoirés ont rassemblé 13,6 millions de téléspectateurs le 15 mars.

Notons également le succès de *The Voice*, qui pour sa saison 2, a rassemblé jusqu'à

9,6 millions de téléspectateurs. Enfin, *Canteloup* a rassemblé jusqu'à 9,9 millions de téléspectateurs, record historique de l'émission.

- 57 des 100 meilleures audiences pour des films

TF1 a réalisé la meilleure audience pour un film depuis novembre 2010 avec *Rien à déclarer* à 10,0 millions de téléspectateurs. *Avatar* a par ailleurs rassemblé 9,7 millions de téléspectateurs.

A noter enfin que le match de football France-Ukraine diffusé le 19 novembre 2013 a réalisé une audience de 13,6 millions de téléspectateurs, record pour un match qualificatif depuis 1993.

TMC

A fin 2013, dans un contexte de forte intensité concurrentielle, TMC affiche une part d'audience de 3,4 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 0,2 point sur un an) et de 3,7 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (contre 4,0 % un an plus tôt).

La chaîne se classe à nouveau cinquième chaîne nationale en 2013 et reste *leader* des chaînes de la TNT sur les Individus âgés de 4 ans et plus. En soirée, elle se classe 4^{ème} chaîne nationale sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Sur le *prime time*, la chaîne atteint 800 000 téléspectateurs en moyenne, chiffre stable sur un an. Les films de *prime time* sont particulièrement fédérateurs et TMC affiche l'offre la plus performante des chaînes de la TNT avec en moyenne 1,0 million de téléspectateurs. TMC détient la meilleure audience en 2013 pour une chaîne de la TNT avec la diffusion du film *Moi, moche et méchant* à 2,3 millions de téléspectateurs. Par ailleurs, TMC a diffusé la FIFA Coupe des Confédérations 2013 et a réuni 1,9 million de téléspectateurs le 27 juin lors de la demi-finale Espagne-Italie.

TMC réalise par ailleurs la meilleure audience pour un magazine TNT avec *90' enquêtes* (1,4 million de téléspectateurs) et a lancé à la rentrée 2013 le magazine *Sans Aucun Doute* qui a réalisé jusqu'à 700 000 téléspectateurs en *access prime time*.

NT1

A fin décembre 2013, NT1 affiche une nouvelle fois des audiences en hausse sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats à 2,9 % (+ 7,4 %) comme chaque année depuis la création de la chaîne en 2005. L'audience est stable sur les individus âgés de 4 ans et plus à

2,1 %. NT1 parvient ainsi à résister efficacement à une pression concurrentielle accrue. Depuis le début de l'année, la chaîne rassemble en moyenne 500 000 téléspectateurs en *prime time* (contre 600 000 un an plus tôt).

NT1 a notamment réalisé des scores d'audience élevés pour le divertissement *Bachelor* qui a atteint en prime-time 1,3 million de téléspectateurs et 9 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. L'offre de NT1 reste puissante grâce notamment à son offre cinéma (*X-men, l'affrontement final* a rassemblé 1,5 million de téléspectateurs) et sa programmation de séries américaines à succès (*Vampire Diaries, The Walking Dead*).

HD1

Lancée le 12 décembre 2012, HD1 est la quatrième chaîne en clair du groupe TF1, consacrée à la narration sous toutes ses formes. Au 31 décembre 2013, elle est disponible auprès de 67 % de la population française.

La chaîne est *leader* des 6 nouvelles chaînes HD lancées fin 2012. HD1 réalise ainsi en 2013 une audience de 0,6 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus et 0,8 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

La chaîne réunit en moyenne 141 000 téléspectateurs en *prime time* et a réalisé la meilleure audience des 6 nouvelles chaînes TNT HD en 2013 (hors sport), avec notamment le film *Braquage à l'italienne* qui a rassemblé 494 000 téléspectateurs. HD1 bénéficie de la plus forte notoriété des 6 nouvelles chaînes de la TNT¹.

HD1 confirme ainsi mois après mois son lancement réussi et poursuit sa montée en puissance.

- e-TF1

e-TF1, filiale digitale du groupe TF1, a continué d'innover en 2013 grâce à la prolongation *live* sur le second écran, en lançant *MYTF1 Connect* sur MYTF1 et MYTF1News, ainsi qu'une nouvelle version ambitieuse du site MYTF1News.

La vidéo en ligne affiche à nouveau de très bonnes performances sur MYTF1.fr et Wat.tv. Le groupe TF1 se positionne comme *leader* des groupes médias français en termes de temps passé sur ses vidéos, aux côtés des géants

internationaux², avec plus de 9 millions de vidéonautes uniques qui regardent en moyenne environ 1h10 de vidéos par mois.

Par ailleurs, le succès de l'application mobile MYTF1 se poursuit, avec plus de 8,0 millions de téléchargements à fin 2013³.

e-TF1 poursuit ainsi sa montée en puissance en 2013. Son chiffre d'affaires progresse de 1,3 % sur la période à 102,6 millions d'euros.

Cette bonne performance s'explique d'une part par la hausse des revenus liés à la publicité en ligne et par une nouvelle progression du chiffre d'affaires non publicitaire d'e-TF1 d'autre part.

La croissance de l'activité et la poursuite de la maîtrise des charges permettent au pôle d'atteindre un résultat opérationnel courant de 21,1 millions d'euros à fin 2013, contre 18,3 millions d'euros un an plus tôt. La marge opérationnelle courante atteint ainsi 20,6 % contre 18,1 % un an plus tôt (+ 2,5 points).

La progression d'e-TF1, tant en termes de consommation que de rentabilité, confirme la pertinence de la stratégie digitale du groupe TF1.

- Autres supports

Metro France

Le marché publicitaire brut de la presse est en recul de 1,1 % par rapport à l'année 2012⁴. Les quotidiens gratuits d'information voient leur recettes brutes reculer de 1,8 %⁵.

Metro France poursuit la transformation de son modèle et le 29 mai 2013, a changé de nom et unifié son offre d'information "tous supports" sous la marque Metronews.

Metronews est le deuxième quotidien le plus lu en France avec près de 2,9 millions de lecteurs. La stratégie entamée début 2012 porte ses fruits en termes d'audience avec une progression significative de + 2,2 % par rapport à l'étude précédente grâce à son déploiement géographique et à sa stratégie digitale (*reverse publishing*). L'audience du site Metronews.fr dépasse le seuil des 3 millions de visiteurs uniques sur son site Internet en novembre 2013 pour atteindre 3 108 000 visiteurs uniques (soit + 94 % en un an)⁶.

² Source : Médiamétrie NetRatings – Novembre 2013

³ Source : XiTi, estat Médiamétrie, iTunes Connect, Google Play

⁴ Source : Etude One 2012-2013 (1er juillet 2012 – 30 juin 2013)

⁵ Source : AdExpress / Univers Metronews

⁶ Source : Panel NNR – Novembre 2013 - VU (en milliers) - Tous lieux

¹ Observatoire de notoriété des chaînes de complément, Vague 2013, CSA

Dans un marché publicitaire en recul pour la presse et face à une pression concurrentielle forte, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant de Metro France sont en baisse sur l'année 2013.

TF1 Publicité (Régie hors-groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers continue de se développer avec la prise en régie de M FM pour le pôle Radio et de beIN SPORT et Numéro 23 pour le pôle Télévision.

2.1.2. Contenus

Le chiffre d'affaires de l'activité Contenus est en léger retrait de 1,1 % à 70,7 millions d'euros à fin 2013, les bonnes performances de TF1 Production et de TF1 Films Production étant compensées par le retrait de l'activité de TF1 Droits Audiovisuels. Le résultat opérationnel courant du pôle ressort à 8,8 millions d'euros, contre 5,2 millions d'euros un an plus tôt.

Marché du cinéma¹

La fréquentation cinématographique atteint 192,8 millions d'entrées à fin décembre 2013, soit une baisse de 5,3 % en un an. La fréquentation était supérieure à 200 millions d'entrées depuis 4 ans. La part de marché des films français est en net recul à 33,3 % sur l'année 2013, contre 40,3 % fin décembre 2012.

• TF1 Films Production²

En 2013, TF1 Films Production a coproduit 19 films sortis en salles, contre 14 à fin 2012. 7 de ces films ont dépassé le million d'entrées au 31 décembre (contre 8 en 2012)

Film	Date de sortie	Nombre d'entrées 2013 (en millions)
BOULE & BILL	27/02/2013	2,0
20 ANS D'ECART	06/03/2013	1,4
JAPPELOUP	13/03/2013	1,8
LES GAMINS	17/04/2013	1,6
LES PROFS	17/04/2013	4,0
LA CAGE DOREE	24/04/2013	1,2
EYJAFJALLOJOKULL	23/10/2013	1,8

Les recettes de co-production sont donc en hausse.

¹ Source : CNC

² Source : Ecran Total

• TF1 Droits Audiovisuels

L'activité de TF1 Droits Audiovisuels est en recul à fin 2013. 10 films sont sortis en salle au 31 décembre 2013 contre 15 l'année précédente. TF1 Droits Audiovisuels a cependant assuré la distribution du film *Les Profs*, qui a réalisé la meilleure performance pour un film français en 2013 avec 4,0 millions d'entrées en salles.

Le résultat opérationnel courant est en progression grâce au dynamisme des ventes de films de catalogue et des séries.

• TF1 Production

Le chiffre d'affaires de TF1 Production est en légère hausse à fin 2013.

TF1 Production a par ailleurs assuré la production de *Splash* et d'une *scripted reality* (*Petits secrets entre voisins*) pour les antennes de TF1. Par ailleurs, TF1 Production a livré à la chaîne TF1 la nouvelle série *Crossing Lines* au cours du troisième trimestre 2013. A noter enfin que TF1 Production assurait la production de l'UEFA Euro 2012 l'année dernière.

Le travail sur les coûts permet une amélioration du résultat opérationnel courant dans des proportions supérieures au chiffre d'affaires.

2.2. SERVICES CONSOMMATEURS

Chiffre d'affaires (M€)	2013	2012	Var. %
TF1 Vidéo	58,0	84,1	- 31,0 %
Téléshopping	85,5	99,3	- 13,9 %
TF1 Entreprises	61,6	56,9	+ 8,3 %
Services Consommateurs	205,1	240,3	- 14,6 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2013	2012	Var. M€
TF1 Vidéo	0,8	0,3	+ 0,5
Téléshopping	14,2	6,8	+ 7,4
TF1 Entreprises	10,3	10,9	(0,6)
Services Consommateurs	25,3	18,0	+ 7,3

Le chiffre d'affaires du pôle Services Consommateurs est en recul de 14,6 % à 205,1 millions d'euros. Son résultat opérationnel courant est quant à lui en progression de 7,3 millions d'euros à 25,3 millions d'euros. Les

résultats du secteur intègrent les effets de la cession de Place des Tendances qui a entraîné sa déconsolidation le 5 novembre 2013.

2.2.1. TF1 Vidéo¹

Le marché de la Vidéo connaît à nouveau un fort recul en 2013. Le marché de la vidéo physique est en retrait de 16,7 % en volume et de 14,1 % en valeur pour s'établir à 929,1 millions d'euros. Cette évolution tient principalement à la baisse de 18,8 % du chiffre d'affaires des ventes de DVD à 724,2 millions d'euros et à celle du chiffre d'affaires du Blu-ray (-8,5 %) à 204,9 millions d'euros. Le Blu-ray représente 22,1 % du chiffre d'affaires de la vidéo de 2013, contre 20,1 % en 2012.

Le marché de la VoD est également attendu en retrait en 2013.

Dans ce contexte de marché très difficile, TF1 Vidéo affiche un chiffre d'affaires de 58,0 millions d'euros contre 84,1 millions d'euros à fin 2012. Ce recul de 26,1 millions d'euros est lié en grande partie au succès de la sortie du film *Intouchables* en 2012, qui avait eu alors un fort impact positif. Les nouveautés lancées en 2013 n'ont pas eu le même succès que les titres performants de 2012 tels que *Polisse*, *Foresty Party* ou *la Vérité si je mens 3*. Par ailleurs, il convient de noter les bonnes performances de MYTF1VOD qui a notamment su mettre en place en 2013 une stratégie ambitieuse dans un marché fortement concurrencé par les offres illégales. Le nombre de séances vendues en 2013 progresse de 21 % en volume sur un an.

Le résultat opérationnel courant de l'activité Vidéo s'établit à 0,8 million d'euros, en progression de 0,5 million d'euros. Pour mémoire, le résultat opérationnel courant de 2012 intégrait les performances d'*Intouchables* mais qui étaient partiellement compensées par les coûts de restructuration du plan de sauvegarde de l'emploi.

2.2.2. Téléshopping²

Les ventes sur Internet ont continué de progresser en 2013. Au total les Français ont réalisé plus de 600 millions de transactions en ligne sur l'année pour un montant de 51,1 milliards d'euros. Le montant total des ventes s'affiche en hausse de 13,5 % sur un an, alors que le nombre de transactions a lui bondi de 17,5 %.

En 2013, Téléshopping génère un chiffre d'affaires de 85,5 millions d'euros contre 99,3 millions d'euros un an plus tôt, soit une baisse de 13,9 %. Dans un contexte économique caractérisé par une consommation des ménages atone, cette évolution défavorable s'explique principalement par la baisse des commandes sur l'enseigne principale, en lien avec un mix produit moins favorable et par un recul de l'activité *Informercials*. De plus, la société Place des Tendances n'est plus consolidée depuis le 5 novembre 2013.

Le résultat opérationnel courant à fin 2013 s'élève à 14,2 millions d'euros, contre 6,8 millions d'euros un an plus tôt. Le résultat opérationnel courant intègre en 2013 un produit non-récurrent lié à la cession de Place des Tendances.

2.2.3. TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre en 2013 un chiffre d'affaires de 61,6 millions d'euros, en progression de 8,3 % par rapport à l'année précédente. Le résultat opérationnel courant de TF1 Entreprises ressort à 10,3 millions d'euros, en léger retrait de 0,6 million d'euros par rapport à 2012.

Chaque département de la filiale affiche une bonne dynamique :

Jeux de sociétés³

Le marché des jeux de société est stable en 2013 (- 0,3 %). TF1 Entreprises continue de développer l'activité *games*. *Boom boom Balloon* a notamment été récompensé par le Grand Prix du Jouet, catégorie Enfant, pour la nouveauté 2013. La part de marché de TF1 Entreprises recule à 7,0 % contre 7,4 % en 2012.

Musique⁴

Après 12 années consécutives de baisse, le marché de la musique enregistrée affiche une progression de 2,3 % à 603,2 millions d'euros. Les ventes physiques progressent de 1,0 % tandis que le marché du numérique croît de 0,5 % à 125 millions d'euros et représentent 25,5 % des ventes. Les droits voisins progressent quant à eux de 8,9 %. Dans ce contexte, TF1 Entreprises réalise une très belle année, porté par ses productions en propres et co-productions (*Thérèse*, *les Stentors*, etc.), le succès des partenariats (*Céline Dion*, *Johnny Hallyday*, etc.), des partenariats spectacles (*Disney sur glace*,

¹ Baromètre CNC-GfK 2013 de la vidéo physique

² Bilan du e-commerce en France 2013 - Fevad

³ Source : The NPD Group

⁴ Source : SNEP (Syndicat National de l'édition Phonographique)

Cirques phénix) et des productions spectacles (*Stars 80, tournée The Voice, etc.*).

Licences

TF1 Entreprises continue d'exploiter efficacement son portefeuille de licences (*Mille Bornes, Hello Kitty*) avec une partie dérivée des émissions diffusées sur l'antenne de TF1 (*The Voice, Masterchef*).

Edition

TF1 Entreprises développe des collections à succès depuis 2011, comme les figurines *Tintin* (vendues à plus de 2 millions d'exemplaires) ou *Barbapapa* et se développe à l'international avec la collection *Laurel et Hardy* en Allemagne, *DC Chess* en Nouvelle-Zélande ou en Grande-Bretagne.

Enfin, TF1 Entreprises a créé une structure en 2013 qui aura pour objet d'exploiter les futures salles de spectacles de la Cité Musicale située sur l'île Seguin, dont l'inauguration est prévue fin 2016.

2.3. OFFRE PAYANTE

Chiffre d'affaires (M€)	2013	2012	Var. %
Groupe Eurosport *	452,9	475,1	- 4,7 %
dont Publicité	90,2	98,6	- 8,5 %
dont Autres CA	362,7	376,5	- 3,7 %
Chaînes Thématiques France	77,8	87,6	- 11,2 %
dont Publicité	17,5	27,2	- 35,7 %
dont Autres CA	60,3	60,4	- 0,2 %
Offre Payante	530,7	562,7	- 5,7 %
* dont Eurosport International	385,8	406,0	(20,2)
dont publicité	81,2	88,8	(7,6)
dont Autres CA	304,6	317,2	(12,6)

Résultat opérationnel courant (M€)	2013	2012	Var. M€
Groupe Eurosport *	81,8	63,6	+ 18,2
Chaînes Thématiques France	(2,3)	0,7	(3,0)
Offre Payante	79,5	64,3	+ 15,2
* dont Eurosport International	76,6	57,8	+ 18,8

Au 31 décembre 2013, le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante s'élève à 530,7 millions d'euros (- 5,7 %).

Le résultat opérationnel courant s'inscrit en forte hausse pour atteindre 79,5 millions d'euros,

contre 64,3 millions d'euros à fin décembre 2012 (+ 15,2 millions d'euros).

2.3.1. Groupe Eurosport

A fin 2013, le chiffre d'affaires du groupe Eurosport est en recul de 22,2 millions d'euros (- 4,7 %) à 452,9 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires non-publicitaire est en recul de 3,7 % sur un an à 362,7 millions d'euros. Cette baisse résulte des difficultés sur les marchés espagnol et scandinave, qui est partiellement compensée par le succès de la chaîne en Europe de l'Est et en Europe Centrale, ainsi que par le développement d'Eurosport Asie-Pacifique.

En raison d'une base de comparaison peu favorable, liée à un calendrier sportif particulièrement riche en 2012 (UEFA Euro 2012 et Jeux Olympiques d'été de Londres), le chiffre d'affaires publicitaire d'Eurosport est en baisse de 8,5 % sur un an à 90,2 millions d'euros à fin décembre 2013. Pour mémoire, il avait progressé de 15,6 % en 2012.

Eurosport continue d'améliorer sa rentabilité et voit son résultat opérationnel courant progresser de 18,2 millions d'euros sur un an à 81,8 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle atteint ainsi 18,1 % en 2013 (+ 4,7 points en un an).

Au quatrième trimestre 2013, le chiffre d'affaires d'Eurosport est en recul de 3,4 % à 110,4 millions d'euros.

Le résultat opérationnel courant est en progression de 10,0 millions d'euros à 27,1 millions d'euros grâce à une très bonne maîtrise des charges, soit un taux de marge opérationnelle de 24,5 %, contre 15,0 % au quatrième trimestre 2012.

Performance opérationnelle

A fin 2013, la chaîne Eurosport est reçue par 132,8 millions de foyers en Europe (+ 1,0 million par rapport à fin décembre 2012). Le nombre de foyers payants croît de 0,3 %.

La déclinaison HD poursuit son développement à 32,2 millions de foyers (+ 32,5 %), Eurosport 2 est reçue par 68,1 millions de foyers (+ 8,8 %), Eurosport 2 HD par 16,6 millions de foyers (+ 59,6 %). Eurosport Asie-Pacifique est disponible auprès de 9,3 millions de foyers contre 7,6 millions à fin décembre 2012. Enfin, Eurosportnews est reçue dans 2,4 millions de foyers.

Dans un marché toujours plus fragmenté, les audiences télévisées s'inscrivent en léger retrait de 0,8 %. Ce recul est à mettre au regard d'un

calendrier sportif particulièrement riche en 2012, avec notamment la diffusion des Jeux Olympiques de Londres au cours de l'été. Le recul des audiences à fin 2013 reste néanmoins limité, grâce à une saison de sports d'hiver riche en événements ainsi que grâce à d'autres compétitions piliers des chaînes du Groupe (*Championnat du monde de ski alpin, Roland Garros, Coupe d'Afrique des Nations, etc.*).

Les audiences Internet sont également en croissance et placent Eurosport au premier rang européen¹ des réseaux sportifs.

Avec 14 déclinaisons locales de son site Internet, le réseau Eurosport attire une moyenne de 3,7 millions de visiteurs uniques² quotidiens à fin décembre 2013, soit une augmentation de 12,2 % par rapport à fin décembre 2012.

Au cours de l'année 2013, le partenariat lancé fin 2012 avec Discovery Communications s'est matérialisé au travers de plusieurs initiatives opérationnelles et organisationnelles. Par ailleurs, TF1 et Discovery Communications ont signé un accord en janvier 2014 selon lequel Discovery devrait prochainement devenir actionnaire majoritaire d'Eurosport International.

2.3.2. Chaînes Thématiques France³

Dans le contexte de croissance de l'offre gratuite disponible en France, l'ensemble des chaînes payantes en France réalise une part d'audience de 10,8 % à fin décembre 2013, en retrait de 0,4 point sur un an.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques du groupe TF1 s'établit à fin 2013 à 77,8 millions d'euros, soit une baisse de 11,2 % sur un an, principalement liée à au recul des recettes publicitaires (- 9,7 millions d'euros).

Le résultat opérationnel courant 2013 s'établit à - 2,3 millions d'euros contre 0,7 million d'euros en 2012. L'amélioration de la base de coûts, particulièrement sur LCI et les chaînes du pôle Découverte, a permis de compenser partiellement le recul des recettes sur 2013.

• LCI

LCI poursuit sa ligne éditoriale, axée sur l'analyse et le décryptage de l'actualité. Par ailleurs, LCI continue de proposer des marques fortes comme *Le Club LCI*. Pour faire face à la baisse de ses

recettes publicitaires, LCI continue à adapter sa base de coûts.

• TV Breizh

Première chaîne mini-généraliste payante du câble et du satellite, TV Breizh confirme son *leadership*. Sa part d'audience est de 1,2 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de 1,4 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Depuis mars 2013, la chaîne est diffusée depuis le site de TF1 à Boulogne alors que le signal était historiquement émis depuis Lorient.

Dans un contexte concurrentiel et économique difficile, TV Breizh connaît un recul de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel à fin 2013.

• Histoire, Ushuaïa, Stylia⁴

Depuis avril 2013, le pôle Découverte est également diffusé depuis le site de TF1 à Boulogne alors que le signal était historiquement émis depuis Lorient.

Ushuaïa TV poursuit sa politique éditoriale autour de l'évasion et de la découverte, qui porte ses fruits puisque la chaîne bénéficie de la plus grande notoriété de l'univers Découverte/Art de vivre.

Histoire continue à se concentrer sur sa politique éditoriale et sur le rayonnement de sa marque, qui font d'elle la chaîne de référence sur l'histoire au sein des offres câble, satellite et ADSL. La chaîne gagne une place et se classe 6^{ème} du baromètre de notoriété sur l'univers Découverte/Art de vivre. Enfin, Stylia poursuit sa politique éditoriale tournée vers le mode de vie féminin.

Le chiffre d'affaires du pôle résiste dans un marché difficile. La réduction de la base des coûts permet à sa rentabilité de fortement progresser.

• TF6 et Serieclub

A fin décembre 2013, le chiffre d'affaires des chaînes détenues à parts égales par TF1 et M6 et leur résultat opérationnel courant sont en recul par rapport à 2012.

TF6 continue de renforcer sa programmation de séries inédites et de proposer des divertissements inédits. La chaîne réalise 0,6 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 1,3 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

¹ Source ComScore Networks, 1^{er} site en Europe avec 17,5 millions de visiteurs uniques mensuels en novembre 2013

² Source NedStats visiteur unique cookies sur Internet

³Source : MédiamatThématik (vague 25 janvier 2013 – juin 2013) Univers Offre payante

⁴Source : MédiamatThématik (vague 25 janvier 2013 – juin 2013) Univers Offre payante

Serieclub réalise d'excellentes audiences grâce à une programmation ambitieuse de séries inédites. Elle est une des chaînes qui progresse le plus dans l'univers payant auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La chaîne réalise sur cette cible 1,1 % de part d'audience contre 0,8 % un an auparavant. Sur les individus âgés de 4 ans et plus, l'audience progresse également de 0,1 point à 0,6 %.

2.4. Holding et divers

Chiffre d'affaires (M€)	2013	2012	Var. %
Holdings et Divers	8,9	8,3	+ 7,2 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2013	2012	Var. M€
Holdings et Divers	16,7	15,7	+ 1,0

Le chiffre d'affaires du secteur Holding et Divers, qui comprend notamment les structures immobilières et de diffusion du groupe TF1, s'établit à 8,9 millions d'euros (+ 7,2 %). Le résultat opérationnel courant s'élève quant à lui à 16,7 millions d'euros (+ 1,0 million d'euros). L'essentiel du chiffre d'affaires du secteur est réalisé par l'activité de diffusion du Groupe. En revanche, le résultat opérationnel courant prend en compte la totalité de la marge des sociétés du secteur.

3. Responsabilité sociétale

3.1. Dialogue et société

Insertion professionnelle via la Fondation d'Entreprise en 2013

La Fondation d'Entreprise TF1 a accueilli en septembre les treize candidats retenus pour sa sixième promotion. La Fondation fait appel aux candidats issus des quartiers fragiles en mettant en place un programme d'actions, ayant pour finalité l'insertion professionnelle et la formation dans les métiers de l'audiovisuel.

L'action pour le développement économique, social et culturel des quartiers

Le groupe TF1 a signé le 20 juin 2013 la charte "Entreprises et Quartiers" en présence de François Lamy, Ministre délégué chargé de la Ville ayant pour objectif de favoriser l'emploi et le développement économique des quartiers. En signant cette charte, le groupe TF1, représenté par Arnaud Bosom Directeur général adjoint Relations humaines et Organisation et par Samira Djouadi, Déléguée générale de la Fondation d'Entreprise TF1, s'engage à favoriser l'accès à l'emploi des habitants des quartiers populaires, mais également à agir pour le développement économique, social et culturel de ces quartiers.

Bilan des actions de Solidarité du Groupe au 30 septembre 2013.

Entre le 1^{er} octobre 2012 et le 30 septembre 2013, le groupe TF1 a consacré un temps d'antenne conséquent au monde associatif, hors et dans ses écrans publicitaires. Cette visibilité, offerte dans le cadre des actions de mécénat, représente un montant total de 38 millions d'euros injectés directement ou indirectement dans le tissu associatif français. Ceci regroupe :

- les dons en nature : le temps d'antenne à proprement parler, les prestations techniques, la fabrication de spots et les dons de matériel ;
- les versements en numéraire des gains de jeux télévisés lors d'opérations spéciales de l'Antenne aux associations et quelques grandes fondations sélectionnées par le Comité Solidarité (les Fondations TF1, Nicolas Hulot et Bouygues).

131 associations ont ainsi bénéficié de l'aide du Groupe et 248 ont été citées dans des sujets du journal télévisé ou dans les magazines de la chaîne.

3.2. Talents et cadre social

L'alternance, un levier pour l'emploi des personnes en situation de handicap

TF1 a lancé, en partenariat avec Cap Emploi, une opération de recrutement d'alternants en direction des personnes en situation de handicap, étudiant ou adulte en reconversion professionnelle. Cinq personnes âgées de 21 ans à 50 ans ont rejoint le Groupe à la rentrée de septembre dans le cadre de contrats de professionnalisation d'une durée de 12 à 24 mois. De la technique à la production audiovisuelle en passant par le marketing et l'administration, le Groupe a proposé des opportunités sur des métiers variés. La Mission Actions Handicap accompagnera les alternants dans la construction de leur projet professionnel et notamment dans l'identification de l'école et de la formation, qui sera financée par TF1.

Les collaborateurs de TF1 se mobilisent contre l'illettrisme

TF1 est membre fondateur de B'A'ba Solidarité, une association qui lutte contre l'illettrisme au sein des Entreprises. B'A'ba Solidarité s'attache à mobiliser des collaborateurs volontaires pour permettre aux salariés de la société de ménage prestataire de TF1 d'apprendre le français ou de l'améliorer *via* du tutorat et de l'aide individualisée. En mars 2013, 30 collaborateurs du Groupe ont répondu à l'appel pour un engagement jusqu'à février 2014, date de la fin de la formation des élèves.

TF1 et LCI lancent le Grand Prix Patrick Bourrat

Ouvert aux élèves des treize écoles de journalisme reconnues par la profession, ce concours a permis aux deux meilleurs rédacteurs et aux deux meilleurs JRI (journalistes reporters d'images) parmi les candidats de bénéficier de CDD à TF1 et LCI. Ce prix valorise la notion de la transmission des informations, des témoignages, de l'expérience, comme l'aurait souhaité Patrick Bourrat, grand reporter à TF1, décédé le 22 décembre 2002, au Koweït, dans l'exercice de son métier.

Semaine pour l'emploi des personnes handicapées : les collaborateurs se mettent en scène

A l'occasion de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées du 18 au 24 novembre 2013, la Mission Actions Handicap et la Direction de la Communication interne ont fait réaliser par TF1 Production plusieurs saynètes mettant en scène des collaborateurs valides ou en situation de handicap, choisis à l'issue d'un casting interne. L'objectif de cette série, intitulée « Ni plus ni moins », est de combattre avec humour les préjugés sur la thématique du handicap. Ces saynètes ont bénéficié de la participation de journalistes et d'animateurs de l'Antenne ainsi que de l'apparition discrète de membres de la Direction générale dont le Président Nonce Paolini.

3.3. Environnement

JO, la première production internationale neutre en carbone

Atlantique Productions, filiale de Lagardère Entertainment et TF1 ont uni leurs efforts pour faire du tournage de *Jo*, à l'antenne de TF1 le 25 avril, la première production « neutre en carbone ». TF1, partenaire fondateur du collectif Ecoprod, a accompagné le tournage par les conseils d'experts sur la réduction de l'empreinte environnementale et l'évaluation du carbone émis. Les producteurs de la série ont décidé de « compenser » le CO2 résiduel émis par le tournage en achetant des « crédits carbone », soit une participation financière à des projets positifs pour l'environnement et la biodiversité proposés par EcoAct, partenaire d'Ecoprod. A l'antenne de TF1 le 25 avril, puis diffusé largement sur les antennes internationales, cet exemple devrait faire école auprès d'un nombre croissant de producteurs pour généraliser l'éco-conception des tournages.

3.4. Achats Responsables

La Direction des Achats récompensée

La Direction des Achats du Groupe TF1 a remporté le prix « Achats responsables et diversité » lors de l'édition 2013 des Trophées des Achats organisée par la Compagnie des Dirigeants et Acheteurs de France. TF1 a par ailleurs obtenu le 27 janvier 2014 le Label « Relations Fournisseurs responsables » qui distingue les entreprises françaises ayant fait la preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs.

Dans un contexte économique morose, caractérisé par l'absence de signaux de reprise et par une visibilité toujours faible, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait s'inscrire en recul en 2014.

Pour le groupe TF1, l'année 2014 sera également marquée par deux événements exceptionnels :

- la Coupe du Monde de Football, événement fort et fédérateur, mais dont les droits, acquis en 2005 pour 130 millions d'euros, pèseront sur la rentabilité du Groupe ;
- la cession probable de 31 % d'Eurosport International à Discovery Communications, après la cession des premiers 20 % intervenue en 2012.

Fort d'une structure financière solide, le groupe TF1 reste totalement mobilisé pour poursuivre sa transformation :

- en continuant de faire évoluer son cœur de métier ;
- en menant à terme la phase II du plan d'optimisation, avec l'objectif de 29 millions d'euros d'économies récurrentes restant à réaliser d'ici fin 2014 ;
- en faisant de la croissance une priorité, avec prudence et détermination.

Comptes consolidés 2013

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2013.12	2012.12
Goodwill	7	482,5	874,3
Immobilisations incorporelles		108,8	129,8
Droits audiovisuels	8.1	48,0	55,2
Autres immobilisations incorporelles	8.2	60,8	74,6
Immobilisations corporelles	9	190,2	216,8
Participations dans les entreprises associées	10	81,9	161,1
Actifs financiers non courants	12.1	17,6	15,8
Actifs d'impôt non courants	27.2.2	-	10,6
Total actifs non courants		881,0	1 408,4
Stocks et en-cours		682,3	632,1
Programmes et droits de diffusion	11	666,3	615,2
Autres stocks		16,0	16,9
Clients et autres débiteurs	12.4	1 129,5	1 302,0
Actifs d'impôt courants		31,9	14,5
Autres actifs financiers courants	12	-	2,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie	12.5	288,9	258,7
Total actifs courants		2 132,6	2 209,4
Actifs d'activités en cours de cession	4	645,6	-
TOTAL ACTIF		3 659,2	3 617,8
<i>trésorerie nette sur activités poursuivies</i>		188,3	236,3
<i>trésorerie nette sur activités en cours de cession</i>		67,2	

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2013.12	2012.12
Capital		42,2	42,1
Primes et réserves		1 532,2	1 506,7
Résultat consolidé de l'exercice		137,0	136,0
Total capitaux propres part du groupe		1 711,4	1 684,8
Participations ne donnant pas le contrôle		130,5	117,0
Total capitaux propres	13	1 841,9	1 801,8
Emprunts non courants	14 et 15	1,2	13,6
Provisions non courantes	16.1	40,9	39,3
Passifs d'impôt non courants	27.2.2	8,9	9,8
Total passifs non courants		51,0	62,7
Dettes financières courantes	15	99,4	8,8
Fournisseurs et autres créiteurs	14.3	1 450,8	1 687,2
Provisions courantes	16.2	30,4	53,5
Passifs d'impôt courants		16,2	2,9
Autres passifs financiers courants	14	3,8	0,9
Total passifs courants		1 600,6	1 753,3
Passifs d'activités en cours de cession	4	165,7	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 659,2	3 617,8

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2013	Exercice 2012 ^(a)
Recettes publicitaires		1 597,7	1 686,8
Autres revenus		487,4	528,4
Chiffre d'affaires	17	2 085,1	2 215,2
Autres produits de l'activité		0,2	0,4
Achats consommés et variation de stocks	18	(981,8)	(1 048,5)
Charges de personnel	19	(353,2)	(352,9)
Charges externes	20	(373,0)	(396,0)
Impôts et taxes	21	(131,6)	(142,1)
Dotations nettes aux amortissements		(61,6)	(65,6)
Dotations nettes aux provisions		(32,8)	(10,0)
Autres produits d'exploitation	22	99,9	121,2
Autres charges d'exploitation	22	(104,7)	(121,4)
Résultat opérationnel courant		146,5	200,3
Autres produits opérationnels	23	-	-
Autres charges opérationnelles	23	-	(46,4)
Résultat opérationnel		146,5	153,9
Produits sur endettement financier	24	0,6	3,1
Charges sur endettement financier	24	(0,2)	(0,6)
Coût de l'endettement financier net		0,4	2,5
Autres produits financiers	25	2,9	7,6
Autres charges financières	25	(2,1)	(1,7)
Impôt	27	(45,3)	(52,1)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	10	0,8	(6,4)
Résultat net des activités poursuivies		103,2	103,8
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	4	48,5	35,5
Résultat net		151,7	139,3
attribuable au Groupe :		137,0	136,0
Résultat net des activités poursuivies		98,2	100,5
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		38,8	35,5
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		14,7	3,3
Résultat net des activités poursuivies		5,0	3,3
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		9,7	-
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		210 645	210 716
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	28	0,47	0,48
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	28	0,47	0,47
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)	28	0,18	0,17
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)	28	0,18	0,17

(a) En application de la norme IFRS 5 (cf note 4), la présentation du compte de résultat 2012 publié en février 2013 a été modifiée afin de distinguer les résultats des activités cédées ou en cours de cession.

ÉTAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES

(en millions d'euros)	Exercice 2013	Exercice 2012
Résultat net consolidé	151,7	139,3
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	(3,0)	(7,2)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	1,0	2,5
Quote-part des produits et charges des entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Eléments recyclables en résultat net		
Réévaluation des instruments dérivés de couverture ⁽¹⁾	(5,7)	(3,8)
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	-	0,1
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	2,1	1,4
Quote-part des produits et charges des entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres⁽²⁾	(5,6)	(7,0)
Total des produits et charges comptabilisés	146,1	132,3
attribuable au Groupe	131,4	129,0
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>14,7</i>	<i>3,3</i>

⁽¹⁾ Dont quote-part recyclée (2,0) millions d'euros à fin 2013, (2,6) millions d'euros à fin 2012

⁽²⁾ Dont (0,2) millions d'euros en 2013 et en 2012 concernant les activités cédées ou en cours de cession

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2011	42,2	-	(0,7)	1 526,8	6,8	1 575,1	12,1	1 587,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,7	-	0,7	-	0,7
Rachat d'actions propres	-	-	(2,3)	-	-	(2,3)	-	(2,3)
Annulation d'actions propres	(0,1)	-	3,0	(3,0)	-	(0,1)	-	(0,1)
Dividendes versés	-	-	-	(116,0)	-	(116,0)	(1,0)	(117,0)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	93,0	-	93,0	102,6	195,6
Total opérations avec les actionnaires	(0,1)	-	0,7	(25,3)	-	(24,7)	101,6	76,9
Résultat net consolidé	-	-	-	136,0	-	136,0	3,3	139,3
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(7,0)	(7,0)	-	(7,0)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	5,4	-	5,4	-	5,4
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2012	42,1	-	-	1 642,9	(0,2)	1 684,8	117,0	1 801,8
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,2	5,8	-	-	-	6,0	-	6,0
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Rachat d'actions propres	-	-	(3,3)	-	-	(3,3)	-	(3,3)
Annulation d'actions propres	(0,1)	-	3,3	(3,3)	-	(0,1)	-	(0,1)
Dividendes versés	-	-	-	(115,6)	-	(115,6)	(1,2)	(116,8)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	7,6	-	7,6	-	7,6
Total opérations avec les actionnaires	0,1	5,8	-	(110,7)	-	(104,8)	(1,2)	(106,0)
Résultat net consolidé	-	-	-	137,0	-	137,0	14,7	151,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(5,6)	(5,6)	-	(5,6)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	-	-
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2013	42,2	5,8	-	1 669,2	(5,8)	1 711,4	130,5	1 841,9

Se reporter à la note 13 – « Capitaux propres consolidés » pour le détail des variations.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2013	Exercice 2012
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		103,2	103,8
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		65,0	69,5
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		39,0	44,7
<i>Immobilisations corporelles</i>		23,9	24,7
<i>Immobilisations financières</i>		-	(0,2)
<i>Provisions non courantes</i>		2,1	0,3
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(14,2)	(9,2)
Variations de juste valeur		(0,8)	(5,2)
Paiements fondés sur des actions		0,6	0,7
Résultat de cessions d'actifs		(18,3)	0,4
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes		(0,8)	6,4
Produits de dividendes (titres non consolidés)		(1,0)	(1,2)
Sous-total		133,7	165,2
Coût de l'endettement financier net		(0,4)	(2,5)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		45,3	52,1
Capacité d'autofinancement		178,6	214,8
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(49,0)	(70,0)
Variation du BFR lié à l'activité		(70,3)	56,7
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		59,3	201,5
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(51,6)	(46,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		2,0	1,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(3,4)	(3,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		1,8	0,1
Incidence des variations de périmètre	29.3	6,0	106,4
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		-	(6,4)
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		6,0	112,8
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		-	-
Dividendes reçus		1,0	4,3
Autres flux liés aux opérations d'investissements	29.2	53,3	(0,1)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		9,1	62,0
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		6,0	-
Rachats et reventes d'actions propres		(3,3)	(2,3)
Autres opérations entre actionnaires	29.4	-	79,5
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		(116,8)	(117,0)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts	29.5	0,2	101,4
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)	29.5	(4,6)	(4,7)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		0,4	2,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(118,1)	59,4
VARIATION DE LA TRÉSORERIE SUR ACTIVITÉS POURSUIVIES		(49,7)	322,9
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies	29.1	240,5	(82,4)
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		(49,7)	322,9
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	29.1	190,8	240,5

(a) En application de la norme IFRS 5 (cf note 4), la présentation du tableau des flux de trésorerie 2012 publié en février 2013 a été modifiée afin de distinguer les flux des activités en cours de cession.

		Exercice 2013	Exercice 2012
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	4	13,9	64,2
Variation de la trésorerie - Activité cédée ou en cours de cession ^(b)	4	55,7	(50,3)
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	4	69,6	13,9

(b) Le détail des flux est présenté en note 4 – activité en cours de cession

Notes annexes aux états financiers consolidés

Les notes aux états financiers consolidés sont présentées dans les annexes.

Se reporter sur le site internet du Groupe pour les consulter : <http://www.groupe-tf1.fr/finance/resultats-publications/rapports-financiers/2013-7959322-843.html>

Calendrier prévisionnel

- **17 avril 2014** : Assemblée Générale des actionnaires
- **24 avril 2014** : détachement du dividende 2013
- **29 avril 2014** : paiement du dividende 2013
- **30 avril 2014** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2014
- **24 juillet 2014** : chiffre d'affaires et comptes du premier semestre 2014
- **29 octobre 2014** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2014

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 252 002,60 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Cedex – France
www.mytf1.fr

Contacts :

Département Relations Investisseurs
Internet : www.groupe-tf1.fr
Courriel : comfi@tf1.fr