

Boulogne-Billancourt, le 23 juillet 2015

**RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2015**

**Un chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites en progression de 1,7 %**  
**Un résultat opérationnel courant de 97,3 millions d'euros incluant l'effet de la cession du contrôle d'Eurosport France**  
**Un taux de marge opérationnelle courante de 13,7 % au deuxième trimestre**

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 23 juillet 2015 sous la Présidence de Nonce Paolini, a arrêté les comptes du premier semestre 2015.

La norme IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique » est appliquée à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2015, et de façon rétrospective pour l'année comparative 2014. L'application de cette norme conduit à retraiter les comptes trimestriels 2014.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T1 2015	T1 2014	T2 2015	T2 2014	S1 2015	S1 2014	Var. M€	Var. %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>475,1</b>	<b>469,7</b>	<b>505,6</b>	<b>556,0</b>	<b>980,7</b>	<b>1 025,7</b>	<b>(45,0)</b>	<b>- 4,4 %</b>
dont publicité groupe TF1	363,1	354,1	411,6	415,8	774,7	769,9	+ 4,8	+ 0,6 %
dont autres activités	112,0	115,6	94,0	140,2	206,0	255,8	(49,8)	- 19,5 %
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>28,1 *</b>	<b>6,9</b>	<b>69,2</b>	<b>14,8</b>	<b>97,3 *</b>	<b>21,7</b>	<b>+ 75,6</b>	<b>x 4,5</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>28,1 *</b>	<b>6,9</b>	<b>57,3</b>	<b>14,8</b>	<b>85,4 *</b>	<b>21,7</b>	<b>+ 63,7</b>	<b>x 3,9</b>
Coût de l'endettement financier net	0,5	0,3	0,2	0,1	0,7	0,4	+ 0,3	+ 75,0 %
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>33,7</b>	<b>5,5</b>	<b>30,0</b>	<b>10,0</b>	<b>63,7</b>	<b>15,5</b>	<b>+ 48,2</b>	<b>x 4,1</b>
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	8,4	-	301,8	-	310,2	(310,2)	ns
<b>Résultat net</b>	<b>33,7</b>	<b>13,9</b>	<b>30,0</b>	<b>311,8</b>	<b>63,7</b>	<b>325,7</b>	<b>(262,0)</b>	<b>ns</b>
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>32,7</b>	<b>12,1</b>	<b>28,3</b>	<b>309,5</b>	<b>61,0</b>	<b>321,6</b>	<b>(260,6)</b>	<b>ns</b>

\* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France

Au 30 juin 2015, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 980,7 millions d'euros ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 774,7 millions d'euros, en croissance de 0,6 % sur un an, malgré l'absence d'événements sportifs au cours de la période ;
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 206,0 millions d'euros, en recul de 49,8 millions d'euros. Cette variation s'explique par la comptabilisation de 30 millions d'euros au deuxième trimestre 2014 de revenus liés à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et par un effet périmètre de 21,9 millions d'euros lié à la déconsolidation d'Eurosport France, de la chaîne Styliya et de la société OneCast.

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe s'élève à 97,3 millions d'euros, en hausse de 75,6 millions d'euros. Il intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France comptabilisé au premier trimestre 2015.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 9,9 % sur le semestre (13,7 % au deuxième trimestre 2015).

11,9 millions d'euros ont été comptabilisés en autres charges opérationnelles, qui correspondent aux coûts d'adaptation du pôle de l'information du groupe TF1. Ils sont principalement liés à l'arrêt de la version papier de *Metronews*.

Le **résultat opérationnel** s'établit par conséquent à 85,4 millions d'euros.

Le **résultat net des activités poursuivies** s'établit à 63,7 millions d'euros (+ 48,2 millions d'euros).

La **trésorerie nette** au 30 juin 2015 est de 308,0 millions d'euros, après versement d'un dividende de 317,3 millions d'euros en avril 2015.

## Audiences<sup>1</sup>

A fin juin 2015, le groupe TF1 est *leader* des groupes privés en France avec une part d'audience cumulée de ses 4 chaînes en clair qui atteint 27,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 1,1 point par rapport au premier semestre 2014). Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, la part d'audience atteint 32,0 % (- 0,2 point).

Cette performance est à apprécier au regard d'un contexte particulier : la montée en puissance des chaînes de la TNT HD et la progression de la consommation délinéarisée. Pour TF1, la base de comparaison est particulièrement élevée en raison de la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA en juin 2014.

Dans ce contexte et face à une pression concurrentielle particulièrement élevée sur la programmation de l'ensemble des chaînes de la télévision gratuite, le Groupe continue de privilégier :

- **les cases stratégiques** et notamment la puissance de TF1 en *prime time* : seule chaîne à fédérer au premier semestre 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, TF1 est *leader* sur 89 % des soirées ;
- **les cibles publicitaires** : la part d'audience Groupe a connu une progression continue au premier semestre sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats, notamment grâce aux performances de NT1 et HD1, qui progressent respectivement de 7 % et de 31 % sur un an, confirmant ainsi la pertinence de l'offre multichaine.

## Détail par activité

M€	T1 2015	T1 2014	T2 2015	T2 2014	S1 2015	S1 2014	Var.
Antennes et Contenus	395,1	385,3	444,3	480,8	839,4	866,1	(26,7)
<i>dont publicité TV</i>	343,6	332,9	389,7	388,1	733,3	721,0	+ 12,3
Services Consommateurs	48,4	51,1	47,2	40,5	95,6	91,6	+ 4,0
Offre Payante	31,6	30,9	14,1	32,2	45,7	63,1	(17,4)
Holding et Divers	-	2,4	-	2,5	-	4,9	(4,9)
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>475,1</b>	<b>469,7</b>	<b>505,6</b>	<b>556,0</b>	<b>980,7</b>	<b>1 025,7</b>	<b>(45,0)</b>
Antennes et Contenus	(12,0)	1,1	62,7	9,0	50,7	10,1	+ 40,6
<i>dont coût des programmes</i>	(243,5)	(230,4)	(216,7)	(282,2)	(460,2)	(512,6)	+ 52,4
Services Consommateurs	3,6	5,1	2,4	1,7	6,0	6,8	(0,8)
Offre Payante	33,7*	(2,4)	0,2	(0,8)	33,9*	(3,2)	+ 37,1
Holding et Divers	2,8	3,1	3,9	4,9	6,7	8,0	(1,3)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>28,1*</b>	<b>6,9</b>	<b>69,2</b>	<b>14,8</b>	<b>97,3*</b>	<b>21,7</b>	<b>+ 75,6</b>

\* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France

## Antennes et Contenus

Le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes en clair progresse de 1,7 % sur un an. Les chaînes TNT du Groupe ont vu leur audience progresser et ont bien monétisé les inventaires proposés. TF1 a poursuivi sa stratégie de maintien de la valeur.

Les autres revenus du secteur Antennes et Contenus sont en baisse de 39,0 millions d'euros. 30 millions d'euros avaient en effet été comptabilisés au premier semestre 2014, au titre de la revente d'une partie des droits de diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

L'événement avait par ailleurs favorisé les revenus d'interactivité de e-TF1, qui affichent par conséquent une baisse au premier semestre 2015.

Enfin, le recul marqué des revenus publicitaires du journal *Metronews* est partiellement compensé par la croissance du chiffre d'affaires publicitaire de e-TF1, qui poursuit sa stratégie d'innovation : une nouvelle version du site MYTF1 a été lancée le 26 mai 2015, regroupant sous une même marque l'offre digitale des 4 chaînes en clair.

<sup>1</sup> Source : Médiamétrie.

Le coût des programmes des 4 chaînes gratuites du Groupe est en économie de 52,4 millions d'euros sur un an. Retraité de l'impact de la diffusion de 21 matches de la Coupe du Monde de la FIFA net des programmes remplacés, le coût des programmes est en économie de 8,5 millions d'euros.

L'optimisation du coût des programmes sur la période permet au secteur Antennes et Contenus d'améliorer son résultat opérationnel courant, qui passe de 10,1 millions d'euros à 50,7 millions d'euros.

### **Services Consommateurs**

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs progresse de 4,0 millions d'euros, grâce à la performance de TF1 Vidéo sur l'activité VOD, ainsi qu'à l'exploitation tous droits de certains titres comme *La Grande aventure de Maya l'abeille*. Le résultat opérationnel courant des Services Consommateurs s'établit à 6,0 millions d'euros.

### **Offre Payante**

Le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante est en baisse de 17,4 millions d'euros. Hors effet périmètre, les chaînes thématiques voient leur chiffre d'affaires progresser, reflet des performances d'audience, notamment de TV Breizh. Le résultat opérationnel courant de l'Offre Payante s'élève à 33,9 millions d'euros ; il intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France, comptabilisé au premier trimestre 2015 et la progression de la rentabilité des chaînes thématiques en France.

### **Holding et Divers**

La cession de l'activité OneCast fin 2014 explique l'absence de chiffre d'affaires consolidé du pôle Holding et Divers, ainsi que la légère baisse du résultat opérationnel courant.

### **Perspectives**

Après un premier semestre en croissance, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait être stable au second semestre, l'évolution des investissements publicitaires dépendant de la confirmation de la reprise économique. Ce marché reste très concurrentiel, notamment avec la montée en puissance des chaînes de la TNT HD.

Dans ce contexte, le groupe TF1 poursuivra sa stratégie :

- renforcer sa position de *leader* sur la télévision gratuite en anticipant les évolutions des usages des annonceurs et des téléspectateurs ;
- continuer à rechercher des opportunités de croissance, seul ou en partenariat, avec le souci constant de créer de la valeur.

En termes de programmation, la rentrée sera marquée, pour la chaîne TF1, par la diffusion de la Coupe du Monde de Rugby et par le retour de programmes forts qui offriront une exposition unique aux annonceurs.

Les chaînes de la TNT verront leur identité éditoriale affirmée, en parfaite complémentarité avec la chaîne TF1.

Le Groupe marquera sa différence grâce aux synergies renforcées entre la télévision et le digital.

Par ailleurs, le Groupe restera mobilisé pour maîtriser ses coûts et continuer de s'adapter à son environnement, notamment dans le domaine de l'Information.

Enfin, le second semestre sera marqué, à l'occasion de la Conférence Paris Climat 2015, par la diffusion sur les antennes de contenus mettant en valeur les solutions pour le climat.

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

Le rapport financier semestriel est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

Une conférence téléphonique aura lieu le 23 juillet 2015 à 18h30 (heure de Paris).

Les détails de connexion à la conférence sont disponibles sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

#### **CONTACTS**

<http://www.groupe-tf1.fr/>

TF1 - Direction des Relations Investisseurs / Investor Relations – Courriel / email : [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)  
TF1 - Direction de la Communication / Corporate Communication – Courriel / email : [vduval@tf1.fr](mailto:vduval@tf1.fr)



# Rapport financier semestriel

2015



<b>1. Rapport semestriel d'activité.....</b>	<b>4</b>
1.1. Résultats consolidés .....	4
1.2. Faits marquants du premier semestre 2015 .....	7
1.3. Analyse des résultats consolidés.....	8
1.4. Information sectorielle .....	11
1.5. Responsabilité sociétale .....	18
1.6. Point social .....	20
1.7. Performances boursières .....	20
1.8. Actionnariat .....	20
1.9. Perspectives.....	21
1.10. Parties liées .....	22
1.11. Facteurs de risques.....	23
<b>2. Comptes consolidés condensés au 30 juin 2015 .....</b>	<b>26</b>
<b>3. Rapport des Commissaires aux Comptes .....</b>	<b>41</b>
<b>4. Déclaration de la personne responsable du rapport financier semestriel.....</b>	<b>44</b>

---

# 1. Rapport semestriel d'activité

## 1.1. Résultats consolidés

### Indicateurs financiers

Les résultats ci-après sont présentés suivant l'interprétation IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique », appliquée à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2015 et de façon rétroactive pour l'année comparative 2014.

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées de TF1, pour les activités poursuivies.

<i>en millions d'euros</i>	S1 2015	S1 2014	Année 2014 (12 mois)	S1 2014 publié
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>980,7</b>	<b>1 025,7</b>	<b>2 091,8</b>	<b>1 025,7</b>
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>774,7</i>	<i>769,9</i>	<i>1 575,5</i>	<i>769,9</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>206,0</i>	<i>255,8</i>	<i>516,3</i>	<i>255,8</i>
Résultat opérationnel courant	<b>97,3*</b>	<b>21,7</b>	<b>116,5</b>	<b>24,2</b>
Résultat opérationnel	<b>85,4*</b>	<b>21,7</b>	<b>116,5</b>	<b>24,2</b>
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	<b>61,0*</b>	<b>14,5</b>	<b>99,9</b>	<b>16,1</b>
Capacité d'autofinancement**	<b>87,2</b>	<b>50,8</b>	<b>128,5</b>	<b>53,3</b>
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	<b>0,29</b>	<b>0,07</b>	<b>0,47</b>	<b>0,08</b>
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	<b>0,29</b>	<b>0,07</b>	<b>0,47</b>	<b>0,08</b>
Total capitaux propres part du Groupe	<b>1 752,9</b>	<b>1 911,2</b>	<b>2 003,4</b>	<b>1 912,8</b>
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-) des activités poursuivies	<b>308,0</b>	<b>425,1</b>	<b>497,0</b>	<b>425,1</b>

\* Incluant le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

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

	S1 2015	S1 2014	Année 2014 (12 mois)
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	211 680	211 323	211 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	15,47	11,97	12,72
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	3,3	2,5	2,7

## Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

Les contributions ci-après sont présentées suivant l'interprétation IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique », appliquée à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2015 et de façon rétroactive pour l'année comparative 2014.

en millions d'euros	Contribution au chiffre d'affaires			Contribution au résultat opérationnel courant				Contribution au résultat opérationnel	
	S1 2015	S1 2014	Année 2014	S1 2015	S1 2014	Année 2014	S1 2014 publié	S1 2015	S1 2014
<b>Antennes &amp; contenus</b>	<b>839,4</b>	<b>866,1</b>	<b>1 748,8</b>	<b>50,7</b>	<b>10,1</b>	<b>51,7</b>	<b>11,5</b>	<b>38,8</b>	<b>10,1</b>
Antennes	806,5	802,4	1 638,8	48,4	(0,7)	36,0	0,6	36,5	(0,7)
Contenus	32,9	63,7	110,0	2,3	10,8	15,7	10,9	2,3	10,8
<b>Services consommateurs</b>	<b>95,6</b>	<b>91,6</b>	<b>209,6</b>	<b>6,0</b>	<b>6,8</b>	<b>14,8</b>	<b>7,0</b>	<b>6,0</b>	<b>6,8</b>
TF1 Vidéo	25,9	20,5	56,4	0,4	0,8	1,0	0,8	0,4	0,8
Téléshopping	47,7	47,7	87,8	2,9	3,5	3,2	3,6	2,9	3,5
TF1 Entreprises	22,0	23,4	65,4	2,7	2,5	10,6	2,6	2,7	2,5
<b>Offre Payante</b>	<b>45,7</b>	<b>63,1</b>	<b>125,2</b>	<b>33,9*</b>	<b>(3,2)</b>	<b>1,5</b>	<b>(3,1)</b>	<b>33,9*</b>	<b>(3,2)</b>
Eurosport France	17,8	33,3	65,7	33,7*	(1,5)	4,1	(1,5)	33,7*	(1,5)
Chaînes Thématiques France	27,9	29,8	59,5	0,2	(1,7)	(2,6)	(1,6)	0,2	(1,7)
<b> Holding et Divers</b>	<b>0,0</b>	<b>4,9</b>	<b>8,2</b>	<b>6,7</b>	<b>8,0</b>	<b>48,5</b>	<b>8,8</b>	<b>6,7</b>	<b>8,0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>980,7</b>	<b>1 025,7</b>	<b>2 091,8</b>	<b>97,3*</b>	<b>21,7</b>	<b>116,5</b>	<b>24,2</b>	<b>85,4*</b>	<b>21,7</b>

\* incluant le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.



## Détail du chiffre d'affaires publicitaire Groupe (activités poursuivies)

<b>Contributions au chiffre d'affaires publicitaire</b>			
<i>en millions d'euros</i>	<b>S1 2015</b>	<b>S1 2014</b>	<b>Année 2014</b>
<b>Publicité Antennes &amp; Contenus</b>	<b>769,3</b>	<b>762,3</b>	<b>1 560,3</b>
dont Télévision	733,3	721,0	1 476,7
dont Autres Supports	36,0	41,3	83,6
<b>Publicité Offre Payante</b>	<b>5,4</b>	<b>7,6</b>	<b>15,2</b>
dont Eurosport France	1,3	3,7	6,9
dont Chaînes Thématiques France	4,1	3,9	8,3
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE GROUPE</b>	<b>774,7</b>	<b>769,9</b>	<b>1 575,5</b>

## Détail du coût des programmes des quatre antennes gratuites par type de programmes

<i>en millions d'euros</i>	<b>S1 2015</b>	<b>S1 2014</b>	<b>Année 2014</b>
<b>Total coûts de programmes</b>	<b>460,2</b>	<b>512,6</b>	<b>994,0</b>
<i>Événements sportifs</i>	-	55,7	73,7
<b>Total hors événements sportifs</b>	<b>460,2</b>	<b>456,9</b>	<b>920,3</b>
Variétés / Jeux / Magazines	143,0	148,6	282,6
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	164,0	160,2	318,1
Sports (hors événements sportifs)	22,3	26,5	49,9
Information	54,4	52,4	103,3
Films	70,0	60,9	150,1
Jeunesse	6,5	8,3	16,3

## 1.2. Faits marquants du premier semestre 2015

### Janvier

**6 janvier 2015** : en prévision de la conférence climat « COP 21 » qui se tiendra en décembre 2015 à Paris, TF1 s'engage en organisant une conférence événement autour des enjeux climatiques.

**19 janvier 2015** : les groupes TF1 et CANAL + annoncent avoir conclu un accord pour l'exploitation des droits de diffusion de la Coupe du Monde de Rugby 2015 qui se déroulera au Royaume-Uni du 18 septembre au 31 octobre 2015.

**27 janvier 2015** : fin des engagements pris par le groupe TF1 envers l'Autorité de la concurrence, à la suite du rachat des chaînes TMC et NT1 en 2010.

### Février

**18 février 2015** : Ushuaïa TV fête ses 10 ans.

### Mars

**17 mars 2015** : TF1 Publicité lance OneData. Cette nouvelle plateforme propose aux annonceurs un meilleur ciblage de leurs campagnes en utilisant la richesse des données des consommateurs.

**31 mars 2015** : acquisition de 100 % de la société Eurosport France par la société Eurosport SAS, détenue à 51 % par Discovery Communications et à 49 % par le groupe TF1.

### Avril

**13 avril 2015** : NBCUniversal, Mediengruppe RTL Deutschland et TF1 annoncent la conclusion d'un accord inédit de partenariat de coproduction internationale concernant la production de séries américaines originales.

### Mai

**1<sup>er</sup> mai 2015** : TF1 Vidéo lance son label eCinéma, service digital haut de gamme proposant de grands films de cinéma au plus près de la sortie salle du territoire d'origine, en exclusivité sur les principales plateformes VOD.

**19 mai 2015** : les chaînes TMC et NT1 proposent leurs programmes en Haute Définition, en complément de leur offre en Définition Standard. Elles sont immédiatement accessibles en HD sur l'ensemble du territoire français métropolitain, sur le bouquet de télévision par satellite FRANSAT.

**21 mai 2015** : annonce du projet de réorganisation de Publications Metro France, impliquant la cessation de la parution du journal *Metronews* sur papier et le maintien de l'activité digitale, avec l'objectif de développer les positions déjà acquises par la marque.

**26 mai 2015** : MYTF1, en devenant la marque digitale unique des 4 chaînes en clair du groupe TF1, va plus loin en offrant des contenus inédits en télévision tout en continuant à donner accès aux contenus payants de MYTF1VOD.

### Juin

**17 juin 2015** : le Conseil d'État annule la décision du CSA du 29 juillet 2014 refusant le passage en diffusion gratuite de LCI.

**24 juin 2015** : l'édition 2015 des TV Notes, organisée par puremedias.com, 20 Minutes et RTL, a élu TF1 chaîne historique préférée pour la troisième année consécutive.

## 1.3. Analyse des résultats consolidés

Boulogne-Billancourt, le 23 juillet 2015

### Changement de méthode comptable

Au premier semestre 2015, le Groupe a appliqué pour la première fois l'interprétation IFRIC 21 dont l'incidence pour le groupe TF1 est le changement de rythme de comptabilisation des taxes. L'incidence de ce retraitement sur les comptes intermédiaires 2014 se traduit par une diminution du résultat opérationnel de 4,0 millions d'euros au 31 mars 2014, de 2,5 millions d'euros au 30 juin 2014, de 1,1 million d'euros au 30 septembre 2014 et est sans impact au 31 décembre 2014. Le détail de l'application des normes est présenté dans les notes annexes aux états financiers consolidés, en note 2-2-1.

En 2015, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 applicables à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015 et qui sont sans incidence significative sur les comptes.

### Chiffre d'affaires

Au 30 juin 2015, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 980,7 millions d'euros, en baisse de 45,0 millions d'euros (- 4,4 %).

Cette évolution s'explique :

- par les effets périmètre suivants :
  - o la déconsolidation de la société Eurosport France à compter du 31 mars 2015, dont le chiffre d'affaires s'établissait à 17,2 millions d'euros au deuxième trimestre 2014 ;
  - o la cession de la société OneCast intervenue le 30 octobre 2014, qui réalisait un chiffre d'affaires de 4,9 millions d'euros au premier semestre 2014 (dont 2,5 millions d'euros au deuxième trimestre 2014) ;
  - o la fermeture de la chaîne thématique Stylia depuis le 31 décembre 2014, dont le chiffre d'affaires s'établissait à 1,8 million d'euros au 30 juin 2014, dont 0,9 million d'euros fut réalisé au deuxième trimestre 2014.
- par le fait que le groupe TF1 bénéficiait au deuxième trimestre 2014 des revenus générés par la cession à BeIN SPORTS de droits de diffusion de la Coupe du Monde FIFA 2014 pour 30 millions d'euros.

Retraité des effets précédents, le chiffre d'affaires du Groupe progresse de 0,9 % au premier semestre 2015.

Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre s'établit à 505,6 millions d'euros, en recul de 9,1 %. Retraité des effets de périmètre et de l'absence de revente des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014, il est stable par rapport à la même période l'année précédente.

### *Chiffre d'affaires publicitaire*

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe est en croissance de + 0,6 % (+ 4,8 millions d'euros) à 774,7 millions d'euros au premier semestre 2015. Il se compose de :

- 733,3 millions d'euros de revenus publicitaires nets pour les 4 chaînes gratuites du Groupe, soit une progression de + 1,7 % par rapport au premier semestre 2014 (+ 12,3 millions d'euros).

Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie multichaine du groupe TF1.

L'absence d'événements sportifs au cours du deuxième trimestre 2015 sur TF1 et une programmation agressive de toutes les chaînes sont compensées par la performance des chaînes de la TNT du Groupe qui ont d'une part, vu leur audience progresser et d'autre part, permis une meilleure monétisation des inventaires proposés. Dans ce contexte, TF1 a poursuivi sa stratégie de préservation de la valeur de ses écrans.

- 36,0 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, en recul marqué de 12,8 % par rapport au premier semestre 2014 (- 5,3 millions d'euros). Publications Metro France a vu ses revenus publicitaires être divisés par deux sur le semestre, baisse qui est compensée partiellement par la progression du chiffre d'affaires de e-TF1 ;
- 5,4 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux activités du secteur Offre Payante, en baisse de 2,2 millions d'euros en un an en raison de la déconsolidation d'Eurosport France intervenue le 31 mars 2015.

Au deuxième trimestre, le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe est en recul de - 1,0 % à 411,6 millions d'euros (- 0,5 % à périmètre comparable). Après un premier trimestre en hausse de + 3,2 %, la croissance des revenus publicitaires des chaînes gratuites progresse de + 0,4 % au deuxième trimestre malgré une base de comparaison défavorable liée à la diffusion au mois de juin 2014 d'une partie de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

La chute des revenus publicitaires de *Metronews* au deuxième trimestre pèse sur les revenus publicitaires des autres supports Antennes qui reculent de 16,9 % malgré la progression du chiffre d'affaires de e-TF1. Enfin, la déconsolidation d'Eurosport France à compter du 31 mars 2015 explique la baisse des revenus publicitaires des chaînes thématiques.

#### Chiffre d'affaires non-publicitaire

Le chiffre d'affaires non-publicitaire du Groupe au premier semestre 2015 s'élève à 206,0 millions d'euros, en recul de 49,8 millions d'euros (soit - 19,5 % par rapport au premier semestre 2014). Cette baisse s'explique par :

- un effet périmètre de 21,9 millions d'euros lié à Eurosport France (déconsolidée le 31 mars 2015), à OneCast (vendue le 30 octobre 2014) et à la chaîne Stylia (fermée le 31 décembre 2014) ;
- la comptabilisation de 30 millions d'euros au deuxième trimestre 2014 des revenus liés à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014 à beIN SPORTS ;
- une base de comparaison élevée due au succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* pour TF1 Films Productions ;
- la baisse des revenus d'interactivité pour la société e-TF1.

Ainsi, le chiffre d'affaires non publicitaire du deuxième trimestre affiche un recul de 33,0 % (- 46,2 millions d'euros).

#### Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Au premier semestre 2015, le coût des programmes des 4 chaînes gratuites du Groupe s'élève à 460,2 millions d'euros, en baisse de 52,4 millions d'euros sur un an.

La diffusion du début de la Coupe du Monde FIFA 2014 au premier semestre 2014 avait un impact de 55,7 millions d'euros qui était compensé en partie par les économies réalisées sur les programmes remplacés par la diffusion des

matchs pour 11,8 millions d'euros au mois de juin. Retraité de ces effets, le coût des programmes reste en baisse de 8,5 millions d'euros (- 1,8 %).

Hors événements sportifs, le coût des programmes à fin juin 2015 est en hausse de 3,3 millions d'euros. Afin notamment de compenser l'absence d'événement sportif, le Groupe a diffusé plus de films au premier semestre, (+ 9,1 millions d'euros). Le coût des fictions, téléfilms et séries a également augmenté sur un an de 3,8 millions d'euros. La nouvelle formule de l'émission *Reportages* et l'actualité chargée du début d'année 2015 expliquent une hausse du coût de l'information de + 2,0 millions d'euros. A contrario, le coût des variétés, jeux et magazines baisse de 5,6 millions d'euros, la renégociation des droits permet d'enregistrer une baisse de coûts des programmes sportifs de 4,2 millions d'euros. Enfin, les programmes de jeunesse sont en économie de 1,8 million d'euros.

Au deuxième trimestre, le coût des programmes affiche une forte économie de 65,5 millions d'euros (- 23,2 %), soit une baisse de 21,6 millions d'euros hors effet de la Coupe du Monde FIFA 2014 (- 9,1%).

A fin juin 2015, les autres charges, amortissements et provisions sont en amélioration de 68,2 millions d'euros. Cette forte baisse s'explique principalement par :

- le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France, cédée le 31 mars 2015 à 100 % à Eurosport SAS ;
- la comptabilisation au deuxième trimestre 2014 du coût des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014 destinés à être revendus nets des reprises de provisions.

#### Résultat opérationnel courant

Au 30 juin 2015, le résultat opérationnel courant s'établit à 97,3 millions d'euros, en progression de 75,6 millions d'euros. Il intègre notamment le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France, les effets liés à la Coupe du Monde FIFA 2014 au premier semestre 2014 et un effet positif de change.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 9,9 % en progression de 7,8 points en un an. Par rapport au premier semestre 2013 qui ne comptait pas d'événement sportif, le taux de marge progresse de 5,7 points.

## Résultat opérationnel

---

11,9 millions d'euros ont été comptabilisés en autres charges opérationnelles, qui correspondent aux coûts d'adaptation du pôle de l'information du groupe TF1. Ils sont principalement liés à l'arrêt de la version papier de *Metronews*.

Ainsi, à fin juin, le résultat opérationnel s'établit à 85,4 millions d'euros, soit une progression de 63,7 millions d'euros en un an.

## Résultat net

---

Le coût de l'endettement financier net du Groupe s'établit à + 0,7 million d'euros au 30 juin 2015, le Groupe ayant été en trésorerie positive sur le semestre.

Les autres produits et charges financiers s'établissent à - 0,2 million d'euros du fait de la revalorisation des instruments financiers dérivés.

La charge d'impôt s'élève à 23,5 millions d'euros en hausse de 14,7 millions d'euros sur un an. Cette augmentation s'explique notamment par la comptabilisation d'une taxe sur dividende plus élevée, en lien avec la hausse du dividende versé.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence recule de 0,7 million d'euros à + 1,3 million d'euros au 30 juin 2015. Elle intègre principalement la quote-part du résultat net du groupe Eurosport, dont l'activité internationale était comptabilisée jusqu'au 30 mai 2014 en résultat net des activités en cours de cession. Depuis le 31 mars 2015, Eurosport France est intégrée dans le groupe Eurosport.

Le résultat net des activités poursuivies attribuable au Groupe s'établit ainsi à 61,0 millions d'euros, en hausse de 46,5 millions d'euros.

Le résultat net des activités cédées ou en cours de cession de 2014 correspond à la comptabilisation de la plus-value liée à la cession du contrôle d'Eurosport à Discovery Communications, intervenue le 30 mai 2014, pour 293,8 millions d'euros, ainsi que par le résultat net d'Eurosport International pour les mois de janvier à mai.

La part du résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle s'élève à 2,7 millions d'euros au 30 juin 2015.

## Structure Financière

---

Au 30 juin 2015, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 1 752,9 millions d'euros pour un total bilan de 3 468,9 millions d'euros.

La trésorerie nette sur les activités poursuivies, à fin juin 2015, s'établit à 308,0 millions d'euros contre 497,0 millions d'euros au 31 décembre 2014. Cette baisse de 189,0 millions d'euros s'explique par le versement au premier semestre 2015 d'un dividende de 317,3 millions d'euros. La trésorerie bénéficie également d'une amélioration du besoin en fonds de roulement reflétant la saisonnalité de l'activité.

Au 30 juin 2015, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 905,0 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.

## Evénements survenus depuis la clôture

---

Le 22 juillet 2015, en application des accords du 30 mai 2014, les groupes TF1 et Discovery Communications ont décidé d'un commun accord que TF1 :

- exerce son option de vente de sa participation de 49 % détenus dans le groupe Eurosport, pour un montant de 491 millions d'euros,
- rachète de manière anticipée à Discovery les 20 % qu'il détient dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa, pour un montant de 14,6 millions d'euros.

La réalisation de ces opérations interviendra dans les prochains mois.



## 1.4. Information sectorielle

### 1.4.1 ANTENNES ET CONTENUS

Chiffre d'affaires (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. %
<b>Antennes</b>	<b>806,5</b>	<b>802,4</b>	<b>+ 0,5 %</b>
dont Publicité 4 chaînes gratuites	733,3	721,0	+ 1,7 %
dont Publicité autres activités	36,0	41,3	- 12,8 %
dont Autres CA	37,2	40,1	- 7,2 %
<b>Contenus</b>	<b>32,9</b>	<b>63,7</b>	<b>- 48,4 %</b>
<b>Antennes &amp; Contenus</b>	<b>839,4</b>	<b>866,1</b>	<b>- 3,1 %</b>

Résultat opérationnel courant (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. M€
<b>Antennes</b>	<b>48,4</b>	<b>(0,7)</b>	<b>+ 49,1</b>
<b>Contenus</b>	<b>2,3</b>	<b>10,8</b>	<b>(8,5)</b>
<b>Antennes &amp; Contenus</b>	<b>50,7</b>	<b>10,1</b>	<b>+ 40,6</b>

Le chiffre d'affaires du secteur Antennes et Contenus s'établit sur le premier semestre 2015 à 839,4 millions d'euros, en recul de 3,1 %.

Le secteur affiche un résultat opérationnel courant de 50,7 millions d'euros, en amélioration de 40,6 millions d'euros sur un an. Pour mémoire, le résultat opérationnel enregistré au premier semestre 2014 intégrait le coût de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 sur le pôle Antennes et bénéficiait, sur le pôle Contenus, du succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu* ?

#### Antennes

Au premier semestre 2015, le pôle Antennes a généré un chiffre d'affaires de 806,5 millions d'euros, en hausse de +0,5 %, dont 769,3 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire (+0,9 %) et 37,2 millions d'euros de chiffre d'affaires non publicitaire (-7,2 %).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 48,4 millions d'euros et s'améliore de 49,1 millions d'euros en raison :

- de l'absence de coûts liés à la Coupe du Monde de Football, nets des programmes remplacés, pour 43,9 millions d'euros ;
- de la croissance du chiffre d'affaires publicitaire combinée à une forte maîtrise des coûts des programmes des chaînes en clair.

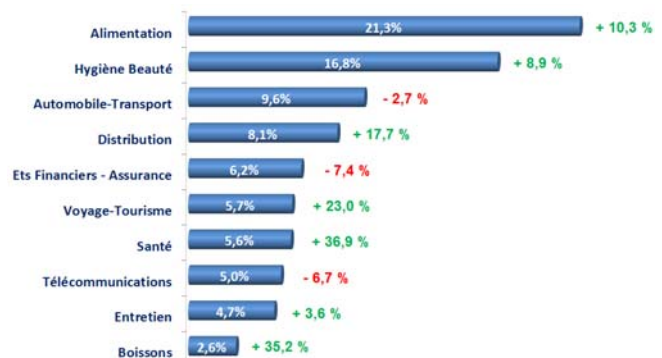
#### Chiffre d'affaires publicitaire<sup>1</sup>

A fin mai 2015, et après une hausse de 1,9 % au premier trimestre, les investissements publicitaires plurimedia bruts (c'est-à-dire avant remises et hors Internet), sont en hausse de 1,0 % à 10,1 milliards d'euros :

- la télévision reste le premier media investi et affiche la plus forte croissance à +8,0 % sur la période, pour atteindre 4,4 milliards d'euros. Les investissements sur la TNT gratuite continuent de croître à un rythme élevé (+10,6 %), sous l'effet de la pénétration croissante des 6 nouvelles chaînes lancées en décembre 2012. Les recettes brutes de la télévision historique progressent quant à elles de 6,0 %.
- la presse voit ses recettes brutes diminuer à nouveau de 7,7 % sur un an, pour s'établir à 2,7 milliards d'euros.
- la radio bénéficie d'une hausse de 1,4 % de ses recettes brutes, qui s'élèvent à 1,8 milliard d'euros.
- l'affichage recule de 1,4 % sur un an, à 1,1 milliard d'euros, tandis que les investissements dans le cinéma baissent de -0,5 % à 152,4 millions d'euros.

A fin juin, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 7,2 % par rapport au premier semestre 2014.

L'évolution des investissements publicitaires bruts par secteur sur les six premiers mois de l'année 2015, pour ces quatre chaînes, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, janvier-juin 2015 vs. janvier-juin 2014.

<sup>1</sup> Investissements plurimedia hors sponsoring et hors Internet 2015 (5 médias).

Le chiffre d'affaires de la publicité sur les 4 chaînes en clair du Groupe progresse de 1,7 % au premier semestre 2015.

Il est en croissance de + 0,4 % au deuxième trimestre 2015. L'absence d'événements sportifs au cours du deuxième trimestre 2015 sur TF1 et une programmation agressive de toutes les chaînes sont compensées par la bonne performance des chaînes de la TNT du Groupe, lesquelles ont d'une part, vu leur audience progresser et d'autre part, réalisé une bonne monétisation des inventaires proposés. Dans ce contexte, TF1 a poursuivi sa stratégie de maintien de la valeur.

Le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports du secteur Antennes est en retrait de 12,8 %, affecté par la chute des revenus publicitaires du journal gratuit *Metronews*.

- **Antennes en clair<sup>1</sup>**

### **Marché**

Au premier semestre 2015, la durée d'écoute de la télévision atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 47 minutes, en augmentation de 1 minute par rapport au premier semestre 2014. La durée d'écoute pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats reste très élevée à 3 heures et 42 minutes, avec néanmoins un retrait de 3 minutes en un an. Ces données intègrent, depuis octobre 2014, la consommation en *catch-up* sur IPTV mais n'incluent pas la consommation délinéarisée sur les autres supports (ordinateurs, tablettes, *smartphones*, etc.) en *live* et en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile, tous supports confondus.

Les 6 nouvelles chaînes TNT HD lancées le 12 décembre 2012 continuent leur déploiement et sont disponibles auprès de 82 % des Français au 31 mars 2015. Au premier semestre 2015, la part d'audience cumulée de ces chaînes atteint 5,2 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 6,8 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Un an auparavant, leur part d'audience était respectivement sur ces cibles de 3,7 % et 4,9 %.

### **Audiences**

Dans ce contexte de concurrence accrue, le groupe TF1 s'attache à établir la programmation la plus complémentaire et la plus pertinente possible entre ses 4 chaînes.

Face à une pression concurrentielle particulièrement élevée sur la programmation de l'ensemble des chaînes de la télévision gratuite, et compte tenu de la base de comparaison élevée liée à la diffusion de la Coupe du Monde FIFA 2014 à partir du mois de juin 2014, les 4 chaînes en clair du Groupe résistent en termes d'audience.

A fin juin 2015, la part d'audience cumulée des chaînes du Groupe atteint 27,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, à comparer à 28,9 % au premier semestre 2014.

Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, la part d'audience cumulée est quasiment stable à 32,0 % contre 32,2 % au premier semestre 2014.

### **TF1**

TF1 reste la chaîne largement *leader* en France. Sa part d'audience s'établit à 21,6 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (versus une part d'audience de 22,9 % durant le premier semestre 2014 qui avait bénéficié de fortes audiences liées à la Coupe du Monde FIFA 2014). La part d'audience réalisée auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats atteint 23,6 % au premier semestre 2015, contre 24,3 % un an plus tôt. L'écart avec la première chaîne concurrente privée s'établit à 8,7 points sur la principale cible publicitaire (- 0,1 point).

TF1 continue d'innover avec succès et confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social, seule chaîne à fédérer au premier semestre 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, à 20 reprises. Sur l'ensemble des diffusions, 3 programmes ont réuni plus de 9 millions de téléspectateurs et 1 programme plus de 11 millions de téléspectateurs. Par ailleurs, TF1 a affiché 106 programmes à plus de 7 millions de téléspectateurs contre 1 seul programme pour l'ensemble de la concurrence, et comptabilise les 39 meilleures audiences du premier semestre.

Au premier semestre, la chaîne TF1 rassemble en moyenne 5,8 millions de téléspectateurs en *prime time* et se positionne en tant que *leader* pour 89 % des programmes diffusés en *prime time*, stable sur un an.

La chaîne conserve sa première place dans tous les genres de programmes :

**Le divertissement :** *Les Enfoirés* ont rassemblé 11,4 millions de téléspectateurs le 13 mars, meilleure audience à date de 2015, avec une part d'audience de 54 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La 4<sup>ème</sup> saison de *The Voice* a rassemblé jusqu'à 8,8 millions de téléspectateurs. Enfin, l'émission *C'est Canteloup* a réuni jusqu'à 9,0 millions de

<sup>1</sup> Source : Médiamétrie – Médiamat.

télespectateurs avec une moyenne de 7,3 millions chaque soir.

**La série américaine :** *Person of Interest* a rassemblé jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs. La nouvelle saison de *Grey's Anatomy* a réuni jusqu'à 6,4 millions de téléspectateurs et a réalisé une moyenne de 42 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La nouvelle série *Forever* fut aussi un succès avec une moyenne de 6,2 millions de téléspectateurs et 36% de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

**La fiction française :** le genre continue à se renouveler. *L'emprise* a rassemblé 9,8 millions de téléspectateurs, record pour une fiction depuis octobre 2007. La série *Clem* a réalisé son record historique depuis son lancement en réunissant jusqu'à 7,2 millions de téléspectateurs.

**Le cinéma :** la diffusion de *Contagion* réalise la meilleure audience de l'année 2015 pour un film réunissant jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs.

**L'information :** les *Journaux Télévisés* de TF1 restent les plus fédérateurs d'Europe. Le Journal de 20h a attiré jusqu'à 9,0 millions de téléspectateurs. Le Journal Télévisé de 13h, quant à lui, attire jusqu'à 7,2 millions de téléspectateurs.

**Le sport :** la finale du championnat du monde de Handball opposant la France au Qatar a réuni 9,1 millions de téléspectateurs sur la chaîne. Le match amical de football France-Bราซิล a réuni 6,6 millions de téléspectateurs.

## TMC

TMC se classe 5<sup>ème</sup> chaîne nationale en soirée au premier semestre 2015 et affiche une part d'audience de 3,1 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de 3,6 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (- 0,1 point en un an sur chaque cible).

Sur le *prime time*, la chaîne rassemble 700 000 téléspectateurs en moyenne. Les films de *prime time* sont particulièrement fédérateurs puisqu'ils attirent en moyenne un million de téléspectateurs. *Le monde de Narnia 2* réalise la meilleure audience de la chaîne au premier semestre avec 1,5 million de téléspectateurs. TMC réalise par ailleurs d'excellents scores sur les magazines avec *90' enquêtes* (jusqu'à 1,1 million de téléspectateurs) et les séries américaines (*Les experts Manhattan*) qui attirent jusqu'à 1,3 million de téléspectateurs.

TMC a établi au premier semestre son record d'audience historique avec la demi-finale du

Championnat du Monde de Handball en réunissant 3,3 millions de téléspectateurs.

## NT1

Au premier semestre 2015, NT1 réalise une part d'audience moyenne de 2,0 % sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,1 point) et progresse sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats à 3,1 % (+ 0,2 point). La chaîne se classe ainsi 4<sup>ème</sup> chaîne de la TNT sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et rassemble en moyenne 500 000 téléspectateurs en *prime time*. La chaîne est particulièrement puissante sur le cinéma et a rassemblé jusqu'à 1,5 million de téléspectateurs avec le film *Men in black 3* ce qui constitue la meilleure audience de NT1 en 2015. La chaîne est par ailleurs très performante sur le divertissement avec des marques fortes comme *Baby Boom* qui attire en moyenne 3 % des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Enfin, l'offre de séries américaines obtient d'excellents scores avec notamment *Grey's Anatomy* qui permet à la chaîne d'être 4<sup>ème</sup> sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats lors de sa diffusion.

## HD1

Lancée en décembre 2012, HD1 se positionne en soirée en *leader* des 6 nouvelles chaînes HD. Au premier semestre 2015, la chaîne, consacrée à la narration sous toutes ses formes, réalise 1,1 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,2 point) et 1,7 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, soit une nette hausse de 0,4 point.

La chaîne est la seule chaîne de la TNT HD à atteindre 330 000 téléspectateurs en moyenne en *prime time* grâce à la fiction française (*Section de recherches* avec un record d'audience de la chaîne à 817 000 téléspectateurs), au cinéma (*The Descendants* avec 788 000 téléspectateurs) ou des séries américaines comme *Dr House* qui réalise un record d'audience le dimanche après-midi avec 3,5 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

HD1 confirme donc son lancement réussi et devrait continuer sa montée en puissance avec la poursuite de son déploiement géographique.

### • e-TF1

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie d'innovation digitale en lien avec les antennes du Groupe. Une nouvelle version du site MYTF1 a été lancée le 26 mai 2015, regroupant sous une même marque l'offre digitale des 4 chaînes en clair. Le site dispose désormais d'un catalogue *premium*, complet et amplifié de contenus digitaux exclusifs.



Il s'adapte à tous les supports (*responsive design*) et constitue un écran pour les nouveaux enjeux des annonceurs.

La vidéo en ligne continue d'afficher de très bonnes performances. Le groupe TF1 se positionne comme 4<sup>ème</sup> groupe en termes de temps passé sur ses vidéos, aux côtés des géants internationaux<sup>1</sup>.

La consommation vidéo de MYTF1 sur IPTV continue par ailleurs sa forte croissance. Depuis le lancement de la mesure d'audience en octobre 2014, MYTF1 est leader de cette consommation. Rassemblant 8,4 millions de *catch-uppers* par mois, il détient la meilleure audience programme en IPTV avec *L'emprise* (936 000 téléspectateurs sur IPTV).

Au cours du premier semestre, e-TF1 a également lancé l'offre de vidéo jeunesse par abonnement TFOU MAX en l'intégrant dans des offres de télévision payante ou en commercialisation directe.

Au total, le chiffre d'affaires recule de 5,1 % sur la période à 48,6 millions d'euros du fait de la baisse des revenus d'interactivité.

Le résultat opérationnel courant se maintient à 10,8 millions d'euros comparé au premier semestre 2014.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 22,2 %, en progression de 1,1 point.

- **Autres supports**

### Publications Metro France<sup>2</sup>

Dans un marché de la publicité de la presse gratuite extrêmement concurrentiel en France et marqué par une forte baisse des revenus publicitaires pour l'ensemble du secteur<sup>3</sup>, Publications Metro France voit son chiffre d'affaires s'inscrire en très fort recul au premier semestre. Cette baisse ne se répercute que partiellement sur le résultat opérationnel courant grâce à un travail important mené sur la base des coûts.

Afin de faire face à la crise du marché publicitaire, qui frappe depuis plusieurs années et durablement Publications Metro France, l'entreprise a annoncé le 21 mai 2015 un projet d'adaptation de son organisation. Ce projet implique la cessation de la parution du journal *Metronews* sur papier, entraînant la suppression de 60 postes. L'objectif est de développer les positions acquises par la marque sur le digital.

<sup>1</sup> Source : Médiamétrie NetRatings – avril 2015

<sup>2</sup> Source : AudiPresse ONE Global V1 (AudiPresse One 2014 / Médiamétrie MNR - PIM janvier 2015)

<sup>3</sup> Source : Adexpress

### TF1 Publicité (Régie hors-groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe) enregistre un chiffre d'affaires en très léger recul au cours des six premiers mois de l'année du fait de la diffusion sur les chaînes beIN SPORTS, en régie chez TF1 Publicité, de la Coupe du Monde FIFA 2014.

### Contenus

Le chiffre d'affaires de l'activité Contenus s'établit à 32,9 millions d'euros (- 48,4 %). Ce net recul de 30,8 millions d'euros s'explique par la revente pour 30 millions d'euros d'une partie des droits de diffusion de la Coupe du Monde FIFA 2014, enregistrée au deuxième trimestre 2014. Le résultat opérationnel courant s'établit à 2,3 millions d'euros, contre 10,8 millions d'euros un an plus tôt, le premier semestre 2014 ayant bénéficié de la sortie en salles du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

- **TF1 Droits Audiovisuels**

Le marché du cinéma en France observe une diminution de la fréquentation de 5,5 % par rapport au premier semestre 2014. La part de marché des films français est en recul de 48,4 % à 36,5 % sur un an<sup>4</sup>.

L'activité de TF1 Droits Audiovisuels au premier semestre bénéficie de l'exploitation internationale du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* Trois sorties en salles ont eu lieu au premier semestre 2015 : *Les souvenirs*, *Comme un avion* et *Suite française*. L'activité catalogue profite par ailleurs du succès rencontré à l'export par la série *Profilage*. Il est à noter par ailleurs que deux films distribués par TF1 Droits Audiovisuels ont été primés au Festival de Cannes, dont la Palme d'Or pour *Dheepan* et la Palme de la meilleure actrice pour Rooney Mara dans *Carol*.

Malgré un chiffre d'affaires en progression, la contribution au résultat opérationnel courant est en recul sur le semestre, en raison de l'important succès rencontré par *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* lors de sa sortie en salles en France en 2014.

- **TF1 Production**

La contribution au chiffre d'affaires de TF1 Production enregistre une hausse au premier semestre 2015. L'activité Spectacles avec la tournée des *Prêtres*, les divertissements et la

<sup>4</sup> Source : CNC, fréquentation cinématographique estimée à fin juin 2015.

livraison des derniers épisodes de la série d'animation *Mini Ninjas*, contribuent à la hausse de l'activité sur la période, et ce malgré une base de comparaison élevée (9<sup>ème</sup> saison de la fiction *RIS*, production de la Coupe du Monde Football FIFA 2014 lors du premier semestre).

A fin juin 2015, 292 heures de programmes ont été livrées aux chaînes du Groupe contre 298 heures à fin juin 2014.

La baisse de l'activité fiction explique notamment la diminution du résultat opérationnel de TF1 Production.

#### • TF1 Films Production

Sur les six premiers mois de l'année 2015, 8 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles contre 10 au premier semestre 2014, réalisant un total de 5 millions d'entrées en France, contre 22,5 millions un an auparavant. Deux films ont dépassé le million d'entrées en salles : *Bis* (1,5 million) et *Connasse, Princesse des cœurs* (1,2 million).

Dans ce contexte, la contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant du Groupe est en diminution marquée, en raison notamment du succès en salles du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* au deuxième trimestre 2014.

### 1.4.2 SERVICES CONSOMMATEURS

Chiffre d'affaires (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. %
TF1 Vidéo	25,9	20,5	+ 26,3 %
Téléshopping	47,7	47,7	0,0 %
TF1 Entreprises	22,0	23,4	- 6,0 %
<b>Services Consommateurs</b>	<b>95,6</b>	<b>91,6</b>	<b>+ 4,4 %</b>

Résultat opérationnel courant (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. M€
TF1 Vidéo	0,4	0,8	(0,4)
Téléshopping	2,9	3,5	(0,6)
TF1 Entreprises	2,7	2,5	+ 0,2
<b>Services Consommateurs</b>	<b>6,0</b>	<b>6,8</b>	<b>(0,8)</b>

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs s'établit à 95,6 millions d'euros à fin juin 2015 et enregistre une hausse de 4,4 %. Son résultat opérationnel est en recul de 0,8 million d'euros et s'élève à 6,0 millions d'euros.

### TF1 Vidéo

Au cours du premier semestre, TF1 Vidéo affiche une hausse de 26,3 % de son activité à 25,9 millions d'euros. Son résultat opérationnel s'établit à 0,4 million d'euros.

Cette hausse de l'activité intervient dans le contexte d'un marché de la vidéo physique qui reste en recul (- 17,2 % à fin juin 2015), tandis que le total du marché digital (VOD, EST et SVOD) affiche une hausse de 7,5 % à fin avril 2015 par rapport à la même période en 2014<sup>1</sup>.

Le chiffre d'affaires de TF1 Vidéo progresse grâce à l'activité VOD et à l'exploitation tous droits de certains films comme *La Grande aventure de Maya l'abeille* ou *Joker*.

TF1 Vidéo poursuit sa transition digitale avec le lancement du *corner* Afrostream sur MYTF1VOD et du label eCinéma au cours de la période.

### Téléshopping

Au premier semestre 2015, Téléshopping génère un chiffre d'affaires de 47,7 millions d'euros, stable sur un an. Le nombre de commandes enregistrées par l'enseigne principale est en léger recul par rapport au premier semestre 2014. Les autres activités continuent toutefois leur progression, notamment les *infomercials*, le partenariat avec Venteo, ainsi que l'activité des magasins, avec l'ouverture d'un 6<sup>ème</sup> point de vente dans le centre commercial Créteil Soleil.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 2,9 millions d'euros sur les six premiers mois de l'année, en recul de 0,6 million d'euros sur un an.

### TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre au premier semestre 2015 un chiffre d'affaires de 22,0 millions d'euros, en recul de 6,0 % par rapport à la même période en 2014, principalement du fait de l'activité Musique qui connaît un effet de base élevé sur la période, en raison du succès rencontré en 2014 par les productions et coproductions.

L'activité Licences bénéficie depuis le début de l'année du lancement du ticket à gratter Française des Jeux / Koh Lanta, mais fait face à une forte concurrence sur les marques jeunesse et à une programmation moins favorable qu'en 2014.

<sup>1</sup> Source : GFK, données à fin juin 2015 pour le marché physique ; à fin avril 2015 pour le digital.

L'activité Jeux est dynamisée en particulier par les ventes de *Chrono Bomb* en France comme à l'international.

L'activité Edition connaît un succès continu avec la collection *Tintin* et poursuit le développement de son activité internationale ;

Par ailleurs, l'exposition Harry Potter a déjà attiré plus de 275 000 visiteurs.

Le résultat opérationnel courant ressort à 2,7 millions d'euros, en hausse de 0,2 million d'euros sur un an.

### 1.4.3 OFFRE PAYANTE<sup>1</sup>

Chiffre d'affaires (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. %
<b>Eurosport France</b>	<b>17,8</b>	<b>33,3</b>	<b>ns</b>
dont Publicité	1,3	3,7	ns
dont Autres CA	16,5	29,6	ns
<b>Chaînes Thématiques France</b>	<b>27,9</b>	<b>29,8</b>	<b>- 6,4 %</b>
dont Publicité	4,1	3,9	+ 5,1 %
dont Autres CA	23,8	25,9	- 8,1 %
<b>Offre Payante</b>	<b>45,7</b>	<b>63,1</b>	<b>- 27,6 %</b>

Résultat opérationnel courant (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. M€
<b>Eurosport France</b>	<b>33,7</b>	<b>(1,5)</b>	<b>+ 35,2</b>
<b>Chaînes Thématiques France</b>	<b>0,2</b>	<b>(1,7)</b>	<b>+ 1,9</b>
<b>Offre Payante</b>	<b>33,9</b>	<b>(3,2)</b>	<b>+ 37,1</b>

La société Eurosport France, cédée le 31 mars 2015 à Eurosport SAS, reste consolidée jusqu'au 31 mars 2015.

Le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante s'établit à fin juin 2015 à 45,7 millions d'euros, en baisse de 17,4 millions d'euros, le chiffre d'affaires d'Eurosport France n'étant plus consolidé au deuxième trimestre.

Le résultat opérationnel courant intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France et affiche une croissance de 37,1 millions d'euros à 33,9 millions d'euros.

<sup>1</sup> Source : MédiamatThématik (vague 29, janvier - juin 2015), univers offre payante, sauf pour le cumul chaînes payantes : Médiamat - S1 2015.

## Eurosport France

Le 31 mars 2015, Eurosport SAS a acquis 100 % du capital de la société Eurosport France, qui a été déconsolidée à cette date.

En 2015, seul le chiffre d'affaires d'Eurosport France du premier trimestre est comptabilisé et s'élève à 17,8 millions d'euros.

Le résultat opérationnel s'élève à 33,7 millions d'euros et intègre le résultat opérationnel courant du premier trimestre ainsi que le résultat de déconsolidation de la société.

Eurosport France réalisait un chiffre d'affaires de 33,3 millions d'euros au premier semestre 2014 et une perte opérationnelle de - 1,5 million d'euros.

## Chaînes Thématiques France

Dans le contexte de croissance de l'offre gratuite en France, l'ensemble des chaînes payantes réalisent une part d'audience de 10,3 % au premier semestre 2015, en retrait de 0,5 point sur un an.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'établit à fin juin 2015 à 27,9 millions d'euros, soit une baisse de 1,9 million d'euros en un an. Il est principalement affecté par l'arrêt de la chaîne Stylia depuis le 31 décembre 2014 (- 1,8 million d'euros).

Les chaînes thématiques France enregistrent un résultat opérationnel de 0,2 million d'euros, contre une perte de 1,7 million d'euros un an plus tôt, grâce à l'amélioration de leur base de coûts et à la fermeture de Stylia, légèrement déficitaire au premier semestre 2014.

### • LCI

LCI poursuit sa ligne éditoriale, axée sur l'analyse et le décryptage de l'actualité. La chaîne continue de proposer ses marques fortes comme *Le Club LCI* et a lancé le premier journal destiné aux enfants (*Le petit JT*). La part d'audience de la chaîne est de 0,4 % des Individus âgés de 4 ans et plus.

Le chiffre d'affaires de LCI recule sur le semestre, mais la maîtrise des charges permet de réduire légèrement la perte opérationnelle.

LCI reste accessible sur la TNT payante et a renouvelé ses accords de distribution avec les opérateurs pour 2015.

Le 17 juin 2015, le Conseil d'Etat a annulé pour un motif de procédure la décision du CSA du 29 juillet 2014, refusant le passage en diffusion gratuite de LCI. En conséquence, le CSA a entrepris une procédure de réexamen de la

demande de LCI et devrait rendre ses conclusions dans les prochains mois.

- **TV Breizh**

Première chaîne mini-généraliste auprès des individus recevant une offre étendue, TV Breizh confirme son *leadership* sur l'offre payante. Sa part d'audience est de 1,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de 1,4 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Grâce à cette performance, TV Breizh voit son chiffre d'affaires augmenter au premier semestre 2015. Le repositionnement éditorial de la chaîne et l'optimisation de son coût de grille contribuent également à l'amélioration de son résultat opérationnel par rapport au premier semestre 2014.

- **Histoire et Ushuaïa**

Les chaînes réalisent une part d'audience cumulée de 0,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Les chaînes Histoire et Ushuaïa voient leurs revenus progresser au premier semestre 2015. Le chiffre d'affaires du pôle Découverte est toutefois en légère baisse sur la période, en raison de la fermeture de la chaîne Stylía le 31 décembre 2014. Le résultat opérationnel du pôle est quant à lui en progression sur un an.

Ushuaïa TV a vu son audience progresser de 16 % sur les individus âgés de 4 ans et plus en un an, confirmant ainsi le succès de sa politique éditoriale autour de l'évasion et de la découverte. La chaîne a fêté ses 10 ans au mois de mars et met en valeur les sujets environnementaux en anticipation de la Conférence Paris Climat 2015. Histoire poursuit sa politique éditoriale afin de renforcer le rayonnement de sa marque, qui font d'elle la chaîne de référence sur l'histoire au sein des offres câble, satellite et ADSL.

#### 1.4.4 **HOLDING ET DIVERS**

Chiffre d'affaires (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. %
Holdings et Divers	0,0	4,9	ns

Résultat opérationnel courant (M€)	S1 2015	S1 2014	Var. M€
Holdings et Divers	6,7	8,0	(1,3)

Le 30 octobre 2014, le groupe TF1 a cédé son activité de diffusion OneCast, auparavant comprise dans le secteur Holdings et Divers.

Le chiffre d'affaires du secteur est donc nul à fin juin 2015 et le résultat opérationnel courant, désormais attribuable en totalité au résultat des entités immobilières, est égal à 6,7 millions d'euros.

## 1.5. Responsabilité sociétale

### Les femmes à l'honneur à TF1

#### *Dans les journaux télévisés*

Du 6 au 8 mars 2015, à l'occasion de la Journée de la Femme, 5 reportages thématiques de 3 à 4 minutes chacun ont mis en lumière des femmes dans le monde du sport, de l'école, de l'entreprise, ou de la loi. Pionnières ou jeunes espoirs, elles représentent des modèles d'engagement inspirants.

#### *Dans l'entreprise*

Le 9 avril 2015, une *Master Class* avec pour thème « Mixité et Performance » a réuni plusieurs grands témoins dont Catherine Nayl, Directrice générale adjointe à l'Information du groupe TF1 et Anne Thévenet-Abitbol, Directrice Prospective et Nouveaux Concepts de Danone, également Directrice artistique et éditoriale du Programme EVE, dédié au *leadership* féminin.

A la suite de cette opération de sensibilisation et après une année de travail pour définir les objectifs et le plan d'actions, le réseau d'entreprise Fifty-Fifty a été lancé. Porté par des collaboratrices et des collaborateurs du Groupe, avec le soutien de la Direction des Ressources Humaines, il a pour objet de valoriser la mixité dans l'entreprise et la complémentarité des formes de *leadership*. Il proposera à ses membres des rencontres inspirantes, des formations, des ateliers, et définira des indicateurs de pilotage.

### Solidarité

#### *Les salariés de TF1 contre l'illettrisme avec B'A'ba Solidarité*

Les salariés de TF1 se mobilisent à nouveau pour permettre aux salariés de la société Samsic Propreté (société de ménage prestataire de TF1) d'apprendre le français ou de l'améliorer *via* du tutorat et de l'aide individualisés.

### Diversité des parcours et des origines

#### *Recrutement de la 8<sup>ème</sup> promotion de la Fondation d'entreprise TF1*

La Fondation d'entreprise TF1 a pour champs d'intervention l'insertion professionnelle et la formation de candidats issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville. Les 11 jeunes recrutés cette année intégreront le groupe TF1 en septembre prochain pour 2 ans et constitueront la 8<sup>ème</sup> promotion.

La première phase du recrutement a commencé le 19 février et s'est achevée le 17 avril 2015. Une

campagne de communication a été mise en place pendant les mois de mars et avril (forums, interventions, tables rondes, réunions d'information, etc.) sur le site institutionnel de TF1.

Le 11 juin, les candidats retenus à l'issue de cette première étape ont été auditionnés pour la phase finale de la sélection. A ce jour, 86 jeunes des quartiers, âgés de 18 à 30 ans, auront ainsi été accueillis depuis 2008 dans l'ensemble des filiales du Groupe. Ils ont pu bénéficier d'une formation professionnelle, approfondir leurs connaissances de l'Entreprise et s'insérer professionnellement, dans le Groupe ou ailleurs. « Notre objectif premier est de donner envie à ces jeunes de rejoindre l'une des entités du groupe TF1 et d'accéder à nos métiers » avait déclaré Samira Djouadi, déléguée générale de la Fondation, à l'occasion de la signature de la Convention avec le ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports en décembre 2014.

#### *2<sup>ème</sup> édition de Ma caméra chez les Pros*

Le Groupe a accueilli le 15 juin dernier la finale Ile-de-France de « Ma caméra chez les Pros » en présence de Nonce Paolini et Najat Vallaud-Belkacem, ministre de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, qui a remis les prix du programme de découverte du monde professionnel.

L'opération « Ma Caméra chez les Pros » permet à huit collègues volontaires d'être associés pendant toute l'année scolaire à des entreprises de la région. A la clé, des reportages vidéo et des interviews de collaborateurs. Coachés par huit journalistes de TF1 et par l'association des anciens, équipés d'une caméra, les collégiens ont ainsi découvert des métiers d'avenir dans leur région.

### Handicap

La Direction des Affaires Sociales a signé avec les partenaires sociaux le renouvellement pour trois ans de l'accord en faveur de l'intégration et du maintien dans l'emploi des personnes handicapées, après un bilan positif pour le premier accord.

La Direction des Ressources Humaines et notamment la Mission Handicap-Diversité ont organisé plusieurs événements en faveur de l'intégration des travailleurs handicapés :



- pour la troisième fois, TF1 a organisé le 22 mai un *job dating* avec Cap emploi et proposé une vingtaine de postes en alternance à des travailleurs en situation de handicap dans des métiers variés : marketing, graphisme, montage, digital, ressources humaines ;
- TF1 a accueilli le 18 juin, en présence de Nonce Paolini, la soirée de l'association « Osons l'égalité », avec laquelle la Mission Handicap du groupe TF1 travaille autour de l'insertion professionnelle des jeunes en situation de handicap.

### Achats responsables

En février 2015, la Médiation Inter-entreprises, la Médiation des Marchés Publics et la Compagnie Fondation des Dirigeants et Acheteurs de France (CDAF) ont confirmé à la Direction des Achats TF1 (hors droits audiovisuels) le maintien du Label « Relations fournisseur responsables » jusqu'en janvier 2016.

### Solutions 2015 : mobilisation en amont de la COP21 à Paris

Le groupe TF1 a convié ses partenaires d'affaires, annonceurs, producteurs, fournisseurs, à une conférence exceptionnelle le 6 janvier 2015, dédiée aux solutions pour lutter contre le dérèglement climatique. Introduite par Nonce Paolini, la conférence a permis d'écouter Nicolas

Hulot, Brice Lalonde, Jean-Pascal van Ypersele de Strihou et Jean-Marc Jancovici, présenter les constats scientifiques et les solutions économiques et diplomatiques désormais disponibles.

En termes de couverture éditoriale, la Direction de l'Information a mis en place dès la fin de l'année 2014 une cellule de coordination avec des journalistes en environnement et en économie et a également sollicité experts et climatologues externes pour une montée en puissance des thématiques environnementales tout au long de l'année 2015. L'information sur le changement climatique et des conseils pratiques pour maîtriser son empreinte environnementale sont également relayés très régulièrement vers les téléspectateurs, lors des bulletins météorologiques.

Une offre spéciale « COP21 » sera proposée aux annonceurs qui souhaitent promouvoir leur engagement d'entreprise ou les caractéristiques environnementales de leurs produits auprès des consommateurs.

Enfin, la chaîne Ushuaïa TV, qui fête ses 10 ans en 2015, a préparé une série (d'un format de 52 minutes) dédiée au suivi des négociations internationales et aux grands enjeux qu'elles recouvrent.

## 1.6. Point social

Au 30 juin 2015, le groupe TF1 compte 2 598 collaborateurs en CDI contre 2 733 un an plus tôt.  
 Au 31 décembre 2014, les collaborateurs en CDI Groupe étaient au nombre de 2 694 personnes (y compris Eurosport France).

## 1.7. Performances boursières

Au 30 juin 2015, l'action TF1 clôture à 15,47 euros, soit une hausse de 29,3 % par rapport au 30 juin 2014.  
 Le CAC 40 et le SBF 120 connaissent sur cette même période une hausse de respectivement 8,3 % et 8,9 %.

Au cours des six premiers mois de l'année, l'action progresse de 21,6 %, dans le contexte d'une croissance de 12,1 % pour le CAC 40 et de 12,2 % pour le SBF 120.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 30 juin 2015, de 3,3 milliards d'euros contre 2,5 milliards d'euros à fin juin 2014.

## 1.8. Actionnariat

	Situation au 30 juin 2015		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	<b>91 946 297</b>	<b>43,4 %</b>	<b>43,4 %</b>
<b>Salariés TF1</b>	<b>14 110 360</b>	<b>6,7 %</b>	<b>6,7 %</b>
<i>dont FCPE TF1</i>	13 935 080	6,6 %	6,6 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	175 280	0,1 %	0,1 %
<b>Flottant</b>	<b>105 774 240</b>	<b>49,9 %</b>	<b>49,9 %</b>
<b>Autodétention</b>	<b>0</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>Total</b>	<b>211 830 897</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

	Situation au 31 décembre 2014		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	<b>91 946 297</b>	<b>43,5 %</b>	<b>43,5 %</b>
<b>Salariés TF1</b>	<b>14 559 298</b>	<b>6,9 %</b>	<b>6,9 %</b>
<i>dont FCPE TF1</i>	14 386 411	6,8 %	6,8 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	172 887	0,1 %	0,1 %
<b>Flottant</b>	<b>105 023 169</b>	<b>49,6 %</b>	<b>49,6 %</b>
<b>Autodétention</b>	<b>0</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>Total</b>	<b>211 528 764</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

	Situation au 30 juin 2014		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	<b>91 946 297</b>	<b>43,5 %</b>	<b>43,5 %</b>
<b>Salariés TF1</b>	<b>14 443 585</b>	<b>6,8 %</b>	<b>6,8 %</b>
<i>dont FCPE TF1</i>	14 278 988	6,8 %	6,8 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	164 597	0,1 %	0,1 %
<b>Flottant</b>	<b>105 015 703</b>	<b>49,7 %</b>	<b>49,7 %</b>
<b>Autodétention</b>	<b>0</b>	<b>0,0 %</b>	<b>0,0 %</b>
<b>Total</b>	<b>211 405 585</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## 1.9. Perspectives

Après un premier semestre en croissance, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait être stable au second semestre, l'évolution des investissements publicitaires dépendant de la confirmation de la reprise économique.

Ce marché reste très concurrentiel, notamment avec la montée en puissance des chaînes de la TNT HD.

Dans ce contexte, le groupe TF1 poursuivra sa stratégie :

- renforcer sa position de leader sur la télévision gratuite en anticipant les évolutions des usages des annonceurs et des téléspectateurs ;
- continuer à rechercher des opportunités de croissance, seul ou en partenariat, avec le souci constant de créer de la valeur.

En termes de programmation, la rentrée sera marquée, pour la chaîne TF1, par la diffusion de la Coupe du Monde de Rugby et par le retour de programmes forts qui offriront une exposition unique aux annonceurs. Les chaînes de la TNT verront leur identité éditoriale affirmée, en parfaite complémentarité avec la chaîne TF1.

Le Groupe marquera sa différence grâce aux synergies renforcées entre la télévision et le digital.

Par ailleurs, le Groupe restera mobilisé pour maîtriser ses coûts et continuer de s'adapter à son environnement, notamment dans le domaine de l'Information.

Enfin, le second semestre sera marqué, à l'occasion de la Conférence Paris Climat 2015, par la diffusion sur les antennes de contenus mettant en valeur les solutions pour le climat.



## 1.10. Parties liées

Il n'y a pas eu d'évolutions significatives concernant les parties liées depuis la publication du document de référence de TF1, déposé le 10 mars 2015 auprès de l'AMF (D.15-0115)

hormis la baisse du compte courant de trésorerie avec l'entité Bouygues Relais suite au versement du dividende au titre de l'année 2014.

## 1.11. Facteurs de risques

Dans un environnement concurrentiel, technologique et réglementaire qui évolue en permanence, le groupe TF1 est exposé à des risques dont la matérialisation pourrait avoir un effet négatif sur ses activités, sa situation financière et son patrimoine.

Les facteurs de risques principaux identifiés par le Groupe sont les suivants :

- **risques opérationnels :**
  - risques de perte de programmes clés,
  - risques de programmes acquis devenus impropres à la diffusion ;
  - risques liés à l'environnement économique ;
- **risques industriels et environnementaux :**
  - diffusion des programmes de TF1 : risque d'interruption du transport du signal et risque d'inexécution,
  - risques liés à la croissance de la Télévision Numérique Terrestre et au développement d'Internet et des nouveaux supports,
  - risques liés aux évolutions du spectre hertzien (changements de fréquence, brouillage du 4G, deuxième dividende) ;
- **risques juridiques :**
  - liés à l'autorisation d'émettre et au pouvoir de sanction du CSA,
  - liés à la pression sociétale sur la publicité et les programmes,
  - liés à des taxations supplémentaires ou à des évolutions législatives,
  - liés au droit des personnes (intimité de la vie privée, diffamation),
  - liés aux droits de propriété intellectuelle (droit d'auteur, droits voisins),
  - particuliers liés à certaines émissions de télé-réalité,
  - liés au droit de la concurrence ;
  - diffusion de la chaîne LCI ;
  - liés au processus d'acquisition de 100 % de NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB.
- **risques liés à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale ;**
- **risques de crédit et/ou de contrepartie ;**
- **risques financiers :**
  - risques de liquidité,
  - risques de marché.

Le groupe TF1 a mis en place une politique de gestion générale ou spécifique face à ces risques, ainsi qu'un dispositif de Contrôle Interne pour contribuer à la maîtrise des activités, à l'efficacité des opérations et à l'utilisation efficiente des ressources de la société. Un tel dispositif ne peut toutefois fournir une garantie absolue quant à la réalisation des objectifs et à la maîtrise globale des risques auxquels le Groupe peut être confronté.

Depuis la publication des principaux risques (pages 84 à 91 du document de référence de TF1 n° D. 15-0115), des précisions sont apportées sur les points suivants :

### **Risques liés aux évolutions du spectre hertzien et au calendrier de passage au MPEG-4 sur la TNT :**

#### *Descriptif du risque*

La norme de compression MPEG-4 pour la diffusion de la TNT sera généralisée dans la nuit du 4 au 5 avril 2016, avec pour conséquence l'arrêt de la diffusion en MPEG-2.

L'opération de généralisation du MPEG-4 permettra une optimisation des coûts de diffusion des 4 chaînes en clair du Groupe en mettant fin à la nécessité pour TF1 de diffuser doublement ses versions SD et HD. Mais son calendrier fait peser à court terme un risque sur leurs audiences : environ 8 millions de postes TV non compatibles MPEG-4 sur la TNT devront évoluer d'ici à la date de l'opération, ce qui pourrait avoir un impact défavorable si des mesures d'accompagnement adaptées n'étaient pas engagées.

#### *Gestion du risque*

Le groupe TF1 reste vigilant sur l'évolution de son niveau d'exposition à ce changement de norme de diffusion et suit de près les mesures d'accompagnement proposées par l'Etat pour réussir cette future migration.

### **Risques liés à la maîtrise du signal TF1 :**

#### *Descriptif du risque*

Les cyberattaques ayant impacté ces derniers mois SONY PICTURES et TV5 MONDE ont conduit TF1 à réévaluer les menaces extérieures pouvant déstabiliser sa diffusion.

### *Gestion du risque*

Un audit externe de sécurité a été diligenté au cours du premier semestre 2015 et des plans d'actions ont été mis en œuvre pour renforcer la protection des infrastructures de diffusion du Groupe.

### **Risques liés au droit de la concurrence :**

#### *Descriptif du risque*

Les groupes Canal+, M6 et NextRadioTV ont chacun déposé plainte contre TF1 auprès de l'Autorité de la concurrence pour abus de position dominante sur le marché de la publicité télévisuelle.

Un rapporteur a été désigné par l'Autorité de la concurrence pour instruire ces plaintes et TF1 Publicité a été auditionnée en janvier 2015.

Le Secrétariat général de TF1 a déposé auprès de l'Autorité de la concurrence et du CSA une étude économique du cabinet RBB sur l'évolution pro-concurrentielle de la position de TF1 sur le marché publicitaire.

Parallèlement, le groupe Canal+ a déposé une autre plainte contre TF1 auprès de l'Autorité de la concurrence pour entente sur le droit de premier et dernier refus et droit de préemption dont bénéficie TF1 Films Production relatif aux œuvres cinématographiques qu'elle finance.

Un rapporteur a été désigné par l'Autorité de la concurrence pour instruire cette plainte et TF1 a été auditionnée en mars 2015.

Pour autant, aucune notification de griefs n'a été adressée à TF1 par l'Autorité de la concurrence.

#### *Gestion des risques*

Plus généralement, afin de se prémunir du risque de poursuites pour des comportements répréhensibles au regard du droit de la concurrence (entente illicite, abus de position dominante), le Secrétariat général du groupe TF1 dispose d'un service réglementaire et concurrence ainsi que de juristes sensibilisés au droit de la concurrence au sein de chaque entité. Les collaborateurs bénéficient de formations sur ces problématiques et doivent, en cas de doute sur la licéité d'une situation ou d'une pratique qu'ils souhaitent mettre en œuvre, consulter au préalable leur hiérarchie et la Direction juridique.

### **Diffusion de la chaîne LCI :**

#### *Descriptif du risque*

Les contrats de distribution de la chaîne LCI, arrivés à échéance le 31 décembre 2014, ont été renouvelés jusqu'au 31 décembre 2015. La chaîne est par ailleurs confrontée à l'impossibilité d'équilibrer son modèle économique payant en raison, d'une part, de la baisse des redevances de distribution et, d'autre part, de l'effondrement des recettes publicitaires.

#### *Gestion du risque*

Face à cette situation, le groupe TF1 a demandé sur le fondement du nouvel article 42-3, l'agrément du CSA pour le passage en clair de la chaîne. Cette demande a été rejetée par le CSA le 30 juillet 2014. TF1 a déposé un recours devant le Conseil d'Etat pour faire annuler cette décision et a mené parallèlement des négociations auprès des distributeurs afin de prolonger les contrats de distribution de LCI en mode payant jusqu'au 31 décembre 2015.

Par décision du 17 juin 2015, le Conseil d'Etat a annulé la décision du CSA rejetant la demande de passage en clair. Le CSA devrait ré-instruire la demande dans un délai de 6 mois au vu des conditions économiques actuelles.

A défaut d'agrément fin 2015, la question de l'avenir de la chaîne se poserait.

### **Risques liés au processus d'acquisition de 100 % de NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB**

Les engagements souscrits pour une durée de 5 ans, dans le cadre du rachat par TF1 de 100 % de NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB, ont pris fin le 26 janvier 2015.

Le respect des engagements souscrits par TF1 devant l'Autorité de la concurrence a fait l'objet d'un suivi régulier par des mandataires indépendants chargés de vérifier leur bon respect. Les rapports d'exécution pour les années 2010, 2011, 2012 et 2013 ont conclu au bon respect des engagements. Un dernier rapport doit être déposé dans les prochains mois pour l'année 2014 et les 26 premiers jours de l'année 2015.

**Risques liés à de nouveaux entrants sur la TNT gratuite :**

*Descriptif du risque*

Le Conseil d'Etat ayant annulé la décision du CSA rejetant le passage en clair de LCI, mais également de Paris Première, le CSA est susceptible d'autoriser à la fois le passage de LCI en clair mais également celui de Paris Première.

Ces décisions sont susceptibles d'intervenir au moment où le CSA lancera un appel à candidatures pour autoriser la diffusion de chaînes (aujourd'hui en SD, en HD) voire de nouvelles chaînes, consécutivement à la libération du second « dividende numérique » et l'adoption généralisée du MPEG-4. Les fréquences HD qui ne seraient pas préemptées par les acteurs SD historiques pourraient être proposées à de nouveaux entrants.

Cet appel à candidatures fait peser un risque d'une nouvelle fragmentation du marché de la télévision gratuite.

*Gestion du risque*

TF1 entend favoriser le passage de SD en HD de ses chaînes de la TNT dans le cadre du prochain appel à candidatures, et étudier, le cas échéant, la présentation d'autres chaînes.

En dehors des risques explicités ci-dessus ainsi que ceux mentionnés dans le document de référence 2014, le groupe TF1 n'a pas connaissance d'autres risques majeurs pour les six mois restants de l'exercice.

## 2. Comptes consolidés condensés au 30 juin 2015

### Bilan consolidé

<b>ACTIF</b> (en millions d'euros)	Notes	<b>2015.06</b>	<b>2014.12</b>	<b>2014.06</b>
<b>Goodwill</b>	6	<b>431,6</b>	<b>473,8</b>	<b>473,8</b>
<b>Immobilisations incorporelles</b>		<b>108,0</b>	<b>108,3</b>	<b>105,5</b>
Droits audiovisuels		48,0	46,8	44,9
Autres immobilisations incorporelles		60,0	61,5	60,6
<b>Immobilisations corporelles</b>		<b>172,0</b>	<b>176,3</b>	<b>186,3</b>
<b>Participations dans les coentreprises et les entreprises associées</b>	7	<b>78,6</b>	<b>581,8</b>	<b>566,3</b>
<b>Actifs financiers non courants</b>		<b>29,1</b>	<b>29,2</b>	<b>18,2</b>
<b>Actifs d'impôt non courants</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total actifs non courants</b>		<b>819,3</b>	<b>1 369,4</b>	<b>1 350,1</b>
<b>Stocks et en-cours</b>		<b>675,3</b>	<b>694,3</b>	<b>707,6</b>
Programmes et droits de diffusion		656,4	678,5	689,3
Autres stocks		18,9	15,8	18,3
<b>Clients et autres débiteurs</b>		<b>1 161,6</b>	<b>1 136,6</b>	<b>1 253,0</b>
<b>Actifs d'impôt courants</b>		<b>1,9</b>	<b>15,0</b>	<b>7,3</b>
<b>Autres actifs financiers courants</b>		<b>7,0</b>	<b>7,3</b>	<b>0,4</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	11	<b>312,8</b>	<b>501,4</b>	<b>428,1</b>
<b>Total actifs courants</b>		<b>2 158,6</b>	<b>2 354,6</b>	<b>2 396,4</b>
<b>Actifs d'activités en cours de cession</b>	8	<b>491,0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>		<b>3 468,9</b>	<b>3 724,0</b>	<b>3 746,5</b>
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)</b>		<b>308,0</b>	<b>497,0</b>	<b>425,1</b>

**Bilan consolidé (suite)**

<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b> (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	<b>2015.06</b>	<b>2014.12</b>	<b>2014.06</b>
Capital	9	42,4	42,3	42,3
Primes et réserves		1 649,5	1 548,4	1 547,3
Résultat consolidé de l'exercice		61,0	412,7	321,6
<b>Total capitaux propres part du groupe</b>		<b>1 752,9</b>	<b>2 003,4</b>	<b>1 911,2</b>
Participations ne donnant pas le contrôle		24,4	36,5	34,3
<b>Total capitaux propres</b>		<b>1 777,3</b>	<b>2 039,9</b>	<b>1 945,5</b>
<b>Emprunts non courants</b>		-	-	-
<b>Provisions non courantes</b>		<b>49,5</b>	<b>48,4</b>	<b>44,4</b>
<b>Passifs d'impôt non courants</b>		<b>29,8</b>	<b>31,5</b>	<b>27,0</b>
<b>Total passifs non courants</b>		<b>79,3</b>	<b>79,9</b>	<b>71,4</b>
<b>Dettes financières courantes</b>	11	<b>4,8</b>	<b>4,4</b>	<b>3,0</b>
<b>Fournisseurs et autres créditeurs</b>		<b>1 572,5</b>	<b>1 566,5</b>	<b>1 692,2</b>
<b>Provisions courantes</b>		<b>34,8</b>	<b>33,3</b>	<b>33,2</b>
<b>Passifs d'impôt courants</b>		-	-	-
<b>Autres passifs financiers courants</b>		<b>0,2</b>	-	<b>1,2</b>
<b>Total passifs courants</b>		<b>1 612,3</b>	<b>1 604,2</b>	<b>1 729,6</b>
<b>Passifs d'activités en cours de cession</b>		-	-	-
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>		<b>3 468,9</b>	<b>3 724,0</b>	<b>3 746,5</b>

## Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre	1er semestre	2ème trimestre	2ème trimestre	Exercice
		2015	2014	2015	2014	2014
Recettes publicitaires		774,7	769,9	411,6	415,8	1 575,5
Autres revenus		206,0	255,8	94,0	140,2	516,3
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>980,7</b>	<b>1 025,7</b>	<b>505,6</b>	<b>556,0</b>	<b>2 091,8</b>
Autres produits de l'activité		-	-	-	-	0,3
Achats consommés et variation de stocks		(491,9)	(601,6)	(226,9)	(351,8)	(1 119,1)
Charges de personnel		(167,9)	(163,0)	(79,3)	(83,2)	(332,4)
Charges externes		(170,1)	(172,6)	(80,9)	(85,9)	(362,4)
Impôts et taxes		(63,6)	(63,5)	(30,9)	(30,9)	(126,2)
Dotation nette aux amortissements		(27,5)	(28,6)	(13,4)	(13,6)	(55,4)
Dotation nette aux provisions		18,6	38,0	5,8	35,2	10,0
Autres produits d'exploitation		68,9	37,3	7,3	13,6	120,8
Autres charges d'exploitation		(49,9)	(50,0)	(18,1)	(24,6)	(110,9)
<b>Résultat opérationnel courant</b>		<b>97,3</b>	<b>21,7</b>	<b>69,2</b>	<b>14,8</b>	<b>116,5</b>
Autres produits opérationnels		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles	12	(11,9)	-	(11,9)	-	-
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>85,4</b>	<b>21,7</b>	<b>57,3</b>	<b>14,8</b>	<b>116,5</b>
Produits sur endettement financier		0,7	0,5	0,2	0,1	1,2
Charges sur endettement financier		-	(0,1)	-	-	(0,1)
<b>Coût de l'endettement financier net</b>		<b>0,7</b>	<b>0,4</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>	<b>1,1</b>
Autres produits financiers		0,4	0,3	-	0,3	0,6
Autres charges financières		(0,6)	(0,1)	(0,1)	0,1	(0,3)
Impôt		(23,5)	(8,8)	(28,0)	(8,3)	(29,8)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	7	1,3	2,0	0,6	3,0	15,0
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>		<b>63,7</b>	<b>15,5</b>	<b>30,0</b>	<b>10,0</b>	<b>103,1</b>
<b>Résultat net des activités cédées ou en cours de cession</b>		<b>-</b>	<b>310,2</b>	<b>-</b>	<b>301,8</b>	<b>315,9</b>
<b>Résultat net</b>		<b>63,7</b>	<b>325,7</b>	<b>30,0</b>	<b>311,8</b>	<b>419,0</b>
<b>attribuable au Groupe :</b>		<b>61,0</b>	<b>321,6</b>	<b>28,3</b>	<b>309,5</b>	<b>412,7</b>
Résultat net des activités poursuivies		61,0	14,5	28,3	9,1	99,9
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	307,1	-	300,4	312,8
<b>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :</b>		<b>2,7</b>	<b>4,1</b>	<b>1,7</b>	<b>2,3</b>	<b>6,3</b>
Résultat net des activités poursuivies		2,7	1,0	1,7	0,9	3,2
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	3,1	-	1,4	3,1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		211 680	211 323	211 747	211 323	211 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,29	0,07	0,14	0,04	0,47
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,29	0,07	0,14	0,04	0,47
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)		-	1,45	-	1,42	1,48
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)		-	1,44	-	1,41	1,47

## Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	1er semestre 2015	1er semestre 2014	Exercice 2014
<b>Résultat net consolidé</b>	<b>63,7</b>	<b>325,7</b>	<b>419,0</b>
<b>Eléments non recyclables en résultat net</b>			
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	(2,3)	(6,3)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	-	0,9	2,2
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
<b>Eléments recyclables en résultat net</b>			
Réévaluation des instruments dérivés de couverture <sup>(1)</sup>	(0,8)	3,2	6,9
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,5	0,2	0,7
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	0,3	(1,1)	(2,5)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres <sup>(2)</sup></b>	<b>-</b>	<b>0,9</b>	<b>1,0</b>
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>	<b>63,7</b>	<b>326,6</b>	<b>420,0</b>
<i>attribuable au Groupe</i>	61,0	322,5	413,7
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	2,7	4,1	6,3



## 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
<b>SOLDE AU 31 DECEMBRE 2013</b>	<b>42,2</b>	<b>5,8</b>	-	<b>1 661,5</b>	<b>(5,8)</b>	<b>1 703,7</b>	<b>130,5</b>	<b>1 834,2</b>
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	0,8	-	-	-	0,9	-	0,9
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,3	-	0,3	-	0,3
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(116,2)	-	(116,2)	(8,7)	(124,9)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total opérations avec les actionnaires</b>	<b>0,1</b>	<b>0,8</b>	-	<b>(115,9)</b>	-	<b>(115,0)</b>	<b>(8,7)</b>	<b>(123,7)</b>
<b>Résultat net consolidé</b>	-	-	-	<b>323,2</b>	-	<b>323,2</b>	<b>4,1</b>	<b>327,3</b>
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	-	-	-	-	<b>0,9</b>	<b>0,9</b>	-	<b>0,9</b>
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	(91,6)	(91,6)
<b>SOLDE AU 30 JUIN 2014</b>	<b>42,3</b>	<b>6,6</b>	-	<b>1 868,8</b>	<b>(4,9)</b>	<b>1 912,8</b>	<b>34,3</b>	<b>1 947,1</b>
<b>SOLDE AU 31 DECEMBRE 2014</b>	<b>42,3</b>	<b>7,3</b>	-	<b>1 958,6</b>	<b>(4,8)</b>	<b>2 003,4</b>	<b>36,5</b>	<b>2 039,9</b>
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	2,5	-	-	-	2,6	-	2,6
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,3	-	0,3	-	0,3
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(317,3)	-	(317,3)	-	(317,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Total opérations avec les actionnaires</b>	<b>0,1</b>	<b>2,5</b>	-	<b>(317,0)</b>	-	<b>(314,4)</b>	-	<b>(314,4)</b>
<b>Résultat net consolidé</b>	-	-	-	<b>61,0</b>	-	<b>61,0</b>	<b>2,7</b>	<b>63,7</b>
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	2,9	-	2,9	(14,8)	(11,9)
<b>SOLDE AU 30 JUIN 2015</b>	<b>42,4</b>	<b>9,8</b>	-	<b>1 705,5</b>	<b>(4,8)</b>	<b>1 752,9</b>	<b>24,4</b>	<b>1 777,3</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2015	1er semestre 2014	Exercice 2014
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		63,7	15,5	103,1
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		25,1	25,8	50,1
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		15,8	15,5	31,5
<i>Immobilisations corporelles</i>		7,7	8,9	17,8
<i>Immobilisations financières</i>		-	-	(0,5)
<i>Provisions non courantes</i>		1,6	1,4	1,3
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(4,3)	(4,1)	(10,4)
Variations de juste valeur		-	0,3	(4,1)
Paievements fondés sur des actions		0,3	0,3	0,6
Résultat de cessions d'actifs		(33,4)	-	(31,0)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		13,0	4,7	(8,3)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		-	(0,1)	(0,2)
<b>Sous-total</b>		<b>64,4</b>	<b>42,4</b>	<b>99,8</b>
Coût de l'endettement financier net		(0,7)	(0,4)	(1,1)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		23,5	8,8	29,8
<b>Capacité d'autofinancement</b>		<b>87,2</b>	<b>50,8</b>	<b>128,5</b>
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(13,0)	(10,1)	(33,1)
Variation du BFR lié à l'activité		63,1	4,6	12,7
<b>Flux nets de trésorerie générés par l'activité</b>		<b>137,3</b>	<b>45,3</b>	<b>108,1</b>
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(15,9)	(10,7)	(36,9)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		-	0,3	0,4
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(0,6)	-	(9,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		-	-	-
Incidence des variations de périmètre	13	3,6	262,0	306,0
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		36,3	262,4	307,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		(32,7)	(0,4)	(1,5)
Dividendes reçus		-	30,4	30,4
Autres flux liés aux opérations d'investissements		0,6	26,1	25,5
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>		<b>(12,3)</b>	<b>308,1</b>	<b>316,1</b>
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		2,6	0,9	1,6
Rachats et reventes d'actions propres		-	-	-
Autres opérations entre actionnaires		-	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	14	(317,3)	(117,2)	(117,2)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		-	0,3	-
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(1,2)	(1,3)	(2,6)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		0,7	0,4	1,1
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement</b>		<b>(315,2)</b>	<b>(116,9)</b>	<b>(117,1)</b>
<b>VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES</b>		<b>(190,2)</b>	<b>236,5</b>	<b>307,1</b>
<b>Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies</b>		<b>498,2</b>	<b>191,1</b>	<b>191,1</b>
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		(190,2)	236,5	307,1
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies</b>	10	<b>308,0</b>	<b>427,6</b>	<b>498,2</b>
<b>VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION :</b>				
<b>Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession</b>	4	-	<b>69,6</b>	<b>69,6</b>
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession <sup>(a)</sup>	4		(34,5)	(34,5)
Déconsolidation des activités en cours de cession	4		(35,1)	(35,1)
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession</b>	4	-	-	-

## Notes annexes aux états financiers consolidés condensés

### 1. Faits marquants

Le 31 mars 2015, conformément aux accords signés entre TF1 et Discovery en janvier 2014 et à la suite de la restitution début 2015 de la licence de TNT payante d'Eurosport France, le groupe TF1 a cédé à Eurosport SAS la totalité de sa participation détenue dans Eurosport France, représentant 80 % du capital de celle-ci.

Dans les comptes consolidés du premier semestre, cette perte de contrôle entraîne la déconsolidation de la contribution d'Eurosport France générant un résultat positif présenté en autres produits d'exploitation dans le résultat opérationnel du secteur Offre Payante.

### 2. Principes et méthodes comptables

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

Les états financiers consolidés condensés au 30 juin 2015 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales telles que définies par la norme IAS 34 et doivent donc se lire en complément des états financiers consolidés audités de l'exercice clos le 31 décembre 2014 tels qu'ils figurent dans le document de référence 2014 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 10 mars 2015 sous le numéro D.15-0115.

Les états financiers consolidés du groupe TF1 intègrent les comptes de TF1 SA et de ses filiales et coentreprises ainsi que les participations du Groupe dans les entreprises associées. Ils tiennent compte des recommandations de présentation du CNC (devenu l'ANC) n°2009-R-03 du 2 juillet 2009 en matière d'états financiers.

Ils sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 23 juillet 2015 et ont fait l'objet d'un examen limité par les Commissaires aux Comptes.

#### 2.2 Nouvelles normes IFRS

##### *2.2.1. Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union européenne d'application obligatoire ou pouvant être appliqués par anticipation pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015*

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 juin 2015, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2014, ou, le cas échéant, les nouvelles normes applicables au 1<sup>er</sup> janvier 2015.

Les principales normes IFRS, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union Européenne d'application obligatoire ou applicables par anticipation au 1<sup>er</sup> janvier 2015 sont :

**Interprétation IFRIC 21** - taxes prélevées par une autorité publique : date d'application au 1<sup>er</sup> janvier 2015, cette interprétation a été adoptée par l'Union européenne le 13 juin 2014. Les impacts de cette interprétation applicable de manière obligatoire à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015 ne sont pas significatifs sur les capitaux propres du Groupe, mais affectent le rythme de reconnaissance en période intermédiaire de certaines taxes, telles que la C3S ou la taxe foncière.

Les impacts sur le compte de résultat consolidé liés à la première application de l'interprétation IFRIC 21 en 2015 ont été communiqués dans le document de référence 2014 en note 2.2.1 et sont pour rappel les suivants :

(en millions d'euros)	Résultat opérationnel		Résultat net		Impacts IFRIC 21	
	2014 publié	2014 retraité	2014 publié	2014 retraité	Résultat opérationnel	Résultat net
31 mars	10,9	6,9	16,4	13,9	4,0	2,5
30 juin	24,2	21,7	327,3	325,7	2,5	1,6
30 septembre	31,8	30,7	347,7	347,0	1,1	0,7
31 décembre	116,5	116,5	419,0	419,0	N/S	N/S

Par ailleurs, le groupe TF1 a décidé de ne pas appliquer par anticipation les normes publiées par l'IASB, approuvées par l'Union européenne applicables par anticipation dès le 1<sup>er</sup> janvier 2015.

### 2.2.2. Normes, amendements et interprétations publiés par l'IASB mais non encore approuvés par l'Union européenne

Norme	Date d'application IASB	Impacts Groupe attendus
<b>IFRS 15</b> : produits provenant de contrats avec les clients	1 <sup>er</sup> janvier 2017	Le 28 mai 2014, l'IASB a publié une nouvelle norme sur la comptabilisation du revenu appelée à remplacer la plupart des dispositions existantes en IAS 18 et IAS 11. La nouvelle norme, non encore adoptée par l'UE, est applicable au 1 <sup>er</sup> janvier 2017, avec une application anticipée autorisée. L'impact de cette norme est en cours d'évaluation.
<b>IFRS 9</b> : instruments financiers, classification et évaluation des actifs financiers	1 <sup>er</sup> janvier 2018	Le 24 juillet 2014, l'IASB a publié une nouvelle norme sur les instruments financiers appelée à remplacer la plupart des dispositions existantes en IFRS, notamment IAS 39. La nouvelle norme, non adoptée par l'Union européenne, est applicable au 1 <sup>er</sup> janvier 2018.

### 2.3 Changements de méthode comptable

En 2015, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 applicables à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2015 et qui sont sans incidence significative sur les comptes.

### 2.4 Recours à des estimations

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

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

- dépréciation des droits audiovisuels, immobilisés et détenus en stocks ;
- dépréciation des goodwill en cas d'indice de perte de valeur ;
- dépréciation des programmes et droits de diffusion ;
- évaluation des provisions.

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2014 et qu'aux arrêtés intermédiaires 2014. A la date d'arrêtés des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

## 2.5 Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les périodes janvier / février et juillet / août sont traditionnellement plus faibles en volume que celles des autres mois de l'année.

## 3. Variations du périmètre de consolidation

Suite à la cession de la totalité des titres Eurosport France représentant 80 % du capital de celle-ci (cf faits marquants), cette entité est déconsolidée à partir du 31 mars 2015.

## 4. Activités cédées

Conformément au traitement comptable retenu depuis le 31 décembre 2013 et jusqu'au 30 mai 2014, date de la cession complémentaire de 31 % d'Eurosport International (Groupe Eurosport hors Eurosport France) à Discovery Communications, les activités d'Eurosport International ont été présentées en activités en cours de cession.

### Résultat d'Eurosport International en cours de cession au 31 mai 2014 :

(en millions d'euros)	5 mois 2014
Recettes publicitaires	15,7
Autres revenus	143,8
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>159,5</b>
<b>Charges d'exploitation</b>	<b>(133,7)</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>25,8</b>
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>0,1</b>
Autres produits et charges financières	-
Impôt	(9,3)
<b>Résultat net</b>	<b>16,4</b>

### Flux de trésorerie d'Eurosport International en cours de cession au 31 mars 2014 :

	5 mois 2014
Flux nets de trésorerie générés par l'activité - Activité en cours de cession	5,0
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement - Activité en cours de cession	(1,6)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement - Activité en cours de cession	(37,9)
<b>Total variation de trésorerie sur activité en cours de cession</b>	<b>(34,5)</b>
<b>VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION :</b>	
<b>Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession</b>	<b>69,6</b>
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession	(34,5)
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession</b>	<b>35,1</b>

## 5. Secteurs opérationnels

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activités stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus aux différentes clientèles du Groupe. Cette segmentation en secteurs d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par les décisionnaires opérationnels du Groupe dans leur suivi des activités. Ces secteurs opérationnels correspondent aux secteurs revus par le principal décideur opérationnel et aucun regroupement n'a été effectué.

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

Les secteurs opérationnels du Groupe sont les suivants :

### Antennes et Contenus

Le secteur Antennes et Contenus regroupe l'ensemble des services accessibles gratuitement par les consommateurs. Les revenus de ces activités sont majoritairement issus de la vente d'espaces publicitaires sur des supports audiovisuels, internet et presse écrite.

Ce secteur inclut également les activités dont les revenus non publicitaires sont directement générés par les programmes diffusés sur les antennes du Groupe telles que les opérations d'interactivité entre le téléspectateur et le programme diffusé.

Enfin, les filiales de contenus dont l'activité est majoritairement destinée à produire du contenu pour le compte d'une autre filiale du secteur Antennes et Contenus figurent dans ce secteur, tel que l'acquisition et l'exploitation de droits audiovisuels, la production interne de programmes ou l'activité commerciale de vente des espaces publicitaires.

### Services Consommateurs

Le secteur Services Consommateurs regroupe les offres payantes du Groupe commercialisées directement ou via un intermédiaire de distribution auprès des consommateurs :

- ✓ les activités de vente à distance via internet ou appels téléphoniques et de vente en boutique du groupe Téléshopping,
- ✓ les activités du pôle TF1 Entreprises, dont notamment l'édition musicale, la vente de jeux de société et l'exploitation de licences,
- ✓ l'acquisition et la distribution de produits vidéo physiques et dématérialisés.

### Offre Payante

Ce secteur regroupe l'ensemble des services payants accessibles auprès d'un opérateur tiers. Les revenus de ces activités sont majoritairement issus de la rémunération négociée et perçue auprès des opérateurs câble, satellite et ADSL pour la mise à disposition des chaînes TV payantes éditées par le groupe TF1. Le client est un opérateur avec lequel le revenu est négocié, et qui est responsable de la relation avec le client final, notamment du recouvrement du prix du service final.

### Holding et divers

Les entités n'ayant pas d'activité opérationnelle ainsi que les entités portant les biens immobiliers du Groupe sont regroupées dans ce secteur. Ce secteur intègre également les entités dont l'activité ne correspond pas aux modèles économiques des secteurs définis précédemment et dont le volume d'activité est insuffisant pour constituer un nouveau secteur.

(en millions d'euros)	ANTENNES ET CONTENUS		SERVICES CONSOMMATEURS		OFFRE PAYANTE <sup>(1)</sup>		HOLDING ET DIVERS <sup>(3)</sup>		TOTAL GROUPE TF1	
	2015.06	2014.06	2015.06	2014.06	2015.06	2014.06	2015.06	2014.06	2015.06	2014.06
<b>COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL</b>										
Chiffre d'affaires des secteurs	852,3	881,5	96,6	92,1	55,2	71,0	10,6	18,4	1 014,7	1 063,0
Eliminations opérations intersecteurs	(12,9)	(15,4)	(1,0)	(0,5)	(9,5)	(7,9)	(10,6)	(13,5)	(34,0)	(37,3)
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE<sup>(3)</sup></b>	<b>839,4</b>	<b>866,1</b>	<b>95,6</b>	<b>91,6</b>	<b>45,7</b>	<b>63,1</b>	<b>0,0</b>	<b>4,9</b>	<b>980,7</b>	<b>1 025,7</b>
Dont Chiffre d'affaires Publicitaire	769,3	762,3	0,0	0,0	5,4	7,6	0,0	0,0	774,7	769,9
Dont Chiffre d'affaires Autres	70,1	103,8	95,6	91,6	40,3	55,5	0,0	4,9	206,0	255,8
<b>RESULTAT OPERATIONNEL<sup>(1)</sup></b>	<b>38,8</b>	<b>10,1</b>	<b>6,0</b>	<b>6,8</b>	<b>33,9</b>	<b>-3,2</b>	<b>6,7</b>	<b>8,0</b>	<b>85,4</b>	<b>21,7</b>
% marge opérationnelle contributive Groupe	4,6%	1,2%	6,3%	7,4%	74,2%	-5,1%	N/S	N/S	8,7%	2,1%
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées <sup>(2)</sup>	0,1	0,1	-	-	0,4	2,2	0,8	(0,3)	1,3	2,0

- 1) En 2015, la baisse du chiffre d'affaires et la hausse du résultat opérationnel du secteur Offre Payante résultent essentiellement de la déconsolidation d'Eurosport France.
- 2) La quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées (cf. note 7) est détaillée selon les secteurs de la manière suivante :
  - Secteur « Offre Payante » : la quote-part de résultat correspond principalement à la société Eurosport SAS et ses filiales internationales ;
  - Secteur « Holding et divers » : la quote-part de résultat correspond à la société Groupe AB.
- 3) En 2014, le chiffre d'affaires du secteur Holding et divers provenait de OneCast, entité cédée en totalité le 30 octobre 2014.

## 6. Goodwill

La variation des goodwill sur le premier semestre 2015 de 42,2 millions d'euros s'explique par la déconsolidation d'Eurosport France (cf. faits marquants).

## 7. Participations dans les coentreprises et les entreprises associées

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

(en millions d'euros)	Groupe Eurosport <sup>(1)</sup>	Groupe AB <sup>(2)</sup>	Autres <sup>(3)</sup>	Total
Pays	France	France	France	
<b>1<sup>er</sup> janvier 2014</b>	-	80,2	3,3	<b>83,5</b>
Quote-part de résultat	3,3	(0,3)	(1,0)	<b>2,0</b>
Provision pour dépréciation	-	-	0,7	<b>0,7</b>
Dividendes versés	-	(6,7)	-	<b>(6,7)</b>
Variation de périmètre et reclassement	486,2	-	-	<b>486,2</b>
Provision pour risque	-	-	0,6	<b>0,6</b>
<b>30 juin 2014</b>	<b>489,5</b>	<b>73,2</b>	<b>3,6</b>	<b>566,3</b>
<b>1<sup>er</sup> janvier 2015</b>	<b>504,5</b>	<b>74,1</b>	<b>3,2</b>	<b>581,8</b>
Quote-part de résultat	0,2	0,8	0,3	<b>1,3</b>
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	(14,2)	-	0,2	<b>(14,0)</b>
Variation de périmètre et reclassement	0,5	-	-	<b>0,5</b>
Provision pour risque	-	-	-	-
Reclassement IFRS 5 <sup>(1)</sup>	(491,0)	-	-	<b>(491,0)</b>
<b>30 juin 2015</b>	<b>-</b>	<b>74,9</b>	<b>3,7</b>	<b>78,6</b>

- (1) Au 30 juin 2015, la participation dans le Groupe Eurosport a été reclassée en activité en cours de cession, cf. note 8 ci-après.
- (2) Compte tenu des calendriers de clôture des comptes de Groupe AB, la quote-part de résultat de Groupe AB retenue au 30 juin 2015 a été calculée sur la base du résultat du 4<sup>ème</sup> trimestre 2014 et du résultat du 1<sup>er</sup> trimestre 2015.
- (3) Les autres participations dans les entreprises associées et les coentreprises intègrent notamment TF6, Serieclub, Direct Optic Participations et UGC Distribution.



Les coentreprises et les entreprises associées ne présentent pas d'autres produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres.

## 8. Actif en cours de cession

Au cours du mois de juin 2015, le Groupe TF1 a initié des discussions avec le Groupe Discovery en vue de l'exercice, à partir du 1<sup>er</sup> juillet 2015, de l'option de vente dont il dispose sur sa participation de 49 % détenue dans le Groupe Eurosport (cf. note engagements hors bilan et note événements postérieurs à la clôture ci-après).

Compte tenu de ces éléments, les titres mis en équivalence du Groupe Eurosport ont été classés au bilan consolidé en actif en cours de cession au 30 juin 2015. Ce reclassement n'a pas eu d'impact significatif dans le compte de résultat.

## 9. Capital social

Les exercices de stock-options sur la période ont donné lieu à des augmentations de capital, 302 133 actions nouvelles ont ainsi été créées pour un montant s'élevant à 2,6 millions d'euros (cf. tableau de variation des capitaux propres). Au 30 juin 2015, le capital social de TF1 SA est composé de 211 830 897 titres.

## 10. Capitaux propres – « autres opérations – changement de périmètre » :

- La variation des réserves part du Groupe pour 2,9 millions d'euros est principalement liée à l'impact de l'application rétroactive de l'interprétation IFRIC 21 (cf. note 2.2 – normes IFRS).
- La variation des participations ne donnant pas le contrôle correspond pour -14,8 millions d'euros à la déconsolidation des 20 % détenus par Discovery Communications dans la filiale Eurosport France (cf. faits marquants).

## 11. Trésorerie nette

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2015.06	2014.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	312,8	501,4
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-	-
<b>Trésorerie disponible</b>	<b>312,8</b>	<b>501,4</b>
<b>Juste valeur des instruments dérivés de taux</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Emprunts long terme	-	-
Dettes financières à court terme	(4,8)	(4,4)
<b>Endettement brut</b>	<b>(4,8)</b>	<b>(4,4)</b>
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) - activités poursuivies</b>	<b>308,0</b>	<b>497,0</b>
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) - activités en cours de cession</b>		<b>67,2</b>

Au 30 juin 2015, TF1 dispose :

- d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 905 millions d'euros. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le groupe Bouygues. Au 30 juin 2015, aucun tirage n'a été réalisé auprès de Bouygues ;
- Par ailleurs, au 30 juin 2015, TF1 a remboursé l'intégralité de son crédit-bail.



✓ Définition de la trésorerie :

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

(en millions d'euros)	2015.06	2014.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	312,8	501,4
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	-
Comptes courants de trésorerie passifs	(4,8)	(3,2)
Concours bancaires courants	-	-
<b>Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie</b>	<b>308,0</b>	<b>498,2</b>

## 12. Charges non récurrentes

Les autres charges opérationnelles, d'un montant de 11,9 millions d'euros, correspondent aux coûts d'adaptation du pôle Information. Ils sont principalement liés à l'arrêt de l'activité « édition papier » de Publications Metro France. Ces coûts sont susceptibles d'être ajustés d'ici la fin de l'exercice 2015.

## 13. Tableau de flux de trésorerie – incidences des variations de périmètre

- ✓ Le prix de cession des activités consolidées est constitué de la quote-part différée du paiement de la cession réalisée en mai 2014 de 31 % d'Eurosport SAS, encaissé pour l'essentiel au premier semestre 2014 (cf. prix de cession des activités consolidés données 2014).
- ✓ Les autres variations de périmètre sur la trésorerie sont constituées de la trésorerie d'Eurosport France cédée et déconsolidée au 31 mars 2015 (cf. faits marquants).

## 14. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende total et par action versé par le Groupe le 28 avril 2015 au titre de l'exercice 2014, ainsi que le montant versé en 2014 au titre de l'exercice 2013.

	Versé en 2015	Versé en 2014
Dividende total (en millions d'euros)	317,3	116,2
Dividende par action ordinaire (en euro)	1,50	0,55

## 15. Engagements hors bilan sur titres de participation

Suite à l'acquisition par Eurosport SAS des titres Eurosport France en mars 2015, en application des accords signés le 30 mai 2014, les engagements hors bilan liant Discovery Communications et le groupe TF1 qui demeurent au 30 juin 2015 sont décrits ci-dessous.

• Concernant le groupe Eurosport :

- a) Suite à la cession en mai 2014 de 31 % du capital d'Eurosport SAS et en mars 2015 des 80 % d'Eurosport France, TF1 a la possibilité de vendre à Discovery Communications le reste de sa participation dans Eurosport SAS, soit 49 % du capital, à l'intérieur de périodes définies entre le 1<sup>er</sup> juillet 2015 et le 30 septembre 2016.

• Concernant les chaînes thématiques payantes :

- b) Suite à l'acquisition en mai 2014 par le groupe Discovery Communications de 31 % de la société Eurosport SAS, TF1 peut jusqu'au 26 novembre 2015, céder à Discovery

Communications 15 % du capital des chaînes thématiques payantes, de façon à ce que le groupe Discovery Communications atteigne un pourcentage de détention de 35 %.

- c) En cas de désengagement total de TF1 dans le groupe Eurosport, Discovery Communications peut céder à TF1 la totalité de sa participation dans les chaînes thématiques à partir du 21 décembre 2018 pendant une période d'un an.

Les montants présentés ci-après dans le tableau des engagements contractuels correspondent aux engagements a), b), évalués sur la base des dernières valeurs d'entreprise. Le dernier engagement c) étant soumis à des conditions non remplies à ce jour, il n'est pas valorisé dans le tableau.

<b>(en millions d'euros)</b>	Références 2015	<b>2015.06</b>	<b>2014.12</b>
Total droits d'achat donnés		-	68,0
Total droits de vente donnés		-	-
<b>Total engagements optionnels donnés par TF1</b>		<b>-</b>	<b>68,0</b>
Total droits d'achat reçus		-	-
Total droits de vente reçus	a),b)	476,0	544,0
<b>Total engagements optionnels reçus par TF1</b>		<b>476,0</b>	<b>544,0</b>
<b>Total engagements sur titres TF1 / Discovery</b>		<b>476,0</b>	<b>612,0</b>

Suite aux accords conclus le 22 juillet avec le groupe Discovery, les engagements décrits ci-dessus, en vigueur au 30 juin 2015, sont devenus caduques à compter du 22 juillet, les nouveaux accords étant décrits en note 16 ci-après.

## 16. Événements postérieurs à la clôture

Le 22 juillet 2015, en application des accords du 30 mai 2014, les groupes TF1 et Discovery Communications ont décidé d'un commun accord que TF1 :

- exerce son option de vente de sa participation de 49 % détenus dans le groupe Eurosport, pour un montant de 491 M€, (cf note 15 §a)
- rachète de manière anticipée à Discovery les 20 % qu'il détient dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa, pour un montant de 14,6 M€ (cf note 15 §c).

La réalisation de ces opérations interviendra dans les prochains mois.

Ce nouvel accord met un terme à compter du 22 juillet 2015 aux engagements réciproques antérieurs entre les deux groupes tels que décrits à la note 15.

## Calendrier prévisionnel

- **28 octobre 2015** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2015
- **19 février 2016** : chiffre d'affaires et comptes annuels 2015
- **14 avril 2016** : Assemblée Générale des actionnaires
- **29 avril 2016** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2016

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

## 3. Rapport des Commissaires aux Comptes



**KPMG AUDIT IS**  
Tour EQHO  
2 Avenue Gambetta  
CS 60066  
92066 Paris la Défense Cedex  
France



**Mazars**  
Tour Exaltis  
61, rue Henri Regnault  
92076 Courbevoie

**TELEVISION FRANCAISE 1 S.A.**

### Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2015

Période du 1er janvier 2015 au 30 juin 2015  
TELEVISION FRANCAISE 1 S.A.  
1, quai du Point du Jour - 92656 Boulogne Cedex  
*Ce rapport contient 19 pages*



**TELEVISION FRANCAISE 1 S.A.**

Siège social : 1, quai du Point du Jour - 92656 Boulogne Cedex  
Capital social : €. 42 305 752,80

**Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2015**

Période du 1er janvier 2015 au 30 juin 2015

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos assemblées générales et en application de l'article L.451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés condensés de la société TELEVISION FRANCAISE 1 S.A., relatifs à la période du 1<sup>er</sup> janvier 2015 au 30 juin 2015, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés condensés ont été établis sous la responsabilité de votre conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

**I - Conclusion sur les comptes**

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés condensés avec la norme IAS 34 - norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.



**TELEVISION FRANCAISE 1 S.A.**  
*Rapport des commissaires aux comptes sur  
l'information financière semestrielle 2015*

## II – Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés condensés sur lesquels a porté notre examen limité. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés condensés.

Paris La Défense et Courbevoie, le 23 juillet 2015

KPMG Audit IS

Mazars

Stéphanie Ortega  
*Associée*

Guillaume Potel  
*Associé*

Olivier Thireau  
*Associé*

## 4. Déclaration de la personne responsable du rapport financier semestriel



La Présidence

Boulogne, le 23 juillet 2015

### ATTESTATION DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL 2015

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes consolidés condensés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport semestriel d'activité ci-joint présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Le Président directeur général  
Nonce Paolini

## Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 305 752,80 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour  
92 656 Boulogne Cedex – France  
[www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr)

---

### Contacts :

Département Relations Investisseurs  
Courriel : [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)