

Boulogne-Billancourt, le 28 octobre 2015

RESULTATS DES NEUF PREMIERS MOIS 2015
**Stabilité du chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites
Un résultat opérationnel courant en amélioration de 76 millions d'euros**

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 28 octobre 2015 sous la Présidence de Nonce Paolini, a arrêté les comptes des neuf premiers mois 2015.

La norme IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique » est appliquée à partir du 1^{er} 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€)	T3 2015	T3 2014	Var. M€	Var. %	9m 2015	9m 2014	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires	419,3	437,0	(17,7)	- 4,1 %	1 400,0	1 462,7	(62,7)	- 4,3 %
<i>dont publicité groupe TF1</i>	<i>307,5</i>	<i>323,2</i>	<i>(15,7)</i>	<i>- 4,9 %</i>	<i>1 082,2</i>	<i>1 093,1</i>	<i>(10,9)</i>	<i>- 1,0 %</i>
<i>dont autres activités</i>	<i>111,8</i>	<i>113,8</i>	<i>(2,0)</i>	<i>- 1,8 %</i>	<i>317,8</i>	<i>369,6</i>	<i>(51,8)</i>	<i>- 14,0 %</i>
Résultat opérationnel courant	9,5	9,0	+ 0,5	+ 5,6 %	106,8 *	30,7	+ 76,1	x 3,5
Résultat opérationnel	6,4	9,0	(2,6)	- 28,9 %	91,8 *	30,7	+ 61,1	x 3,0
Coût de l'endettement financier net	0,1	0,3	(0,2)	- 66,7 %	0,8	0,7	+ 0,1	+ 14,3 %
Résultat net des activités poursuivies	3,6	16,1	(12,5)	- 77,6 %	67,3	31,6	+ 35,7	x 2,1
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	5,2	(5,2)	ns	-	315,4	(315,4)	ns
Résultat net	3,6	21,3	(17,7)	- 83,1 %	67,3	347,0	(279,7)	ns
Résultat net part du Groupe	3,9	20,9	(17,0)	- 81,3 %	64,9	342,5	(277,6)	ns

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France

Au 30 septembre 2015, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 1 400,0 millions d'euros ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 1 082,2 millions d'euros (stable hors Publications Metro France) ;
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 317,8 millions d'euros (- 51,8 millions d'euros). Cette baisse s'explique par :
 - o un effet périmètre (39,9 millions d'euros) lié à la déconsolidation d'Eurosport France, de la chaîne Styliá et de la société OneCast ;
 - o des ventes de droits sportifs d'un montant plus faible au titre de la coupe du monde de rugby en 2015 que celui des droits de la coupe du monde de football l'an dernier.

Hors ces deux éléments, le chiffre d'affaires des autres activités augmente de 5,1 millions d'euros.

Au **troisième trimestre**, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 419,3 millions d'euros, soit - 17,7 millions d'euros (- 4,1 %) par rapport à la même période de l'exercice précédent. Cette baisse est principalement due :

- au chiffre d'affaires publicitaire enregistré par les quatre chaînes gratuites : -12,9 millions d'euros (- 4,2 %),
- à l'arrêt en juillet 2015 de la publication papier de *Metronews*.

Comme attendu, après un premier semestre en hausse de 1,7 %, la variation du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites enregistrée au troisième trimestre s'explique par :

- une base de comparaison particulièrement élevée au troisième trimestre 2014, avec notamment la diffusion de la Coupe du Monde FIFA 2014 ;
- la déprogrammation de certaines émissions en *prime time* au cours de l'été ;
- une pression concurrentielle forte sur le marché de la publicité, liée notamment à la croissance de l'offre des chaînes de la TNT.

A fin septembre 2015, le **résultat opérationnel courant** du Groupe s'élève à 106,8 millions d'euros, en hausse de 76,1 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 progresse pour s'établir à 7,6 % sur les neuf premiers mois de l'année.

Au **troisième trimestre**, le résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 9,5 millions d'euros, en légère amélioration par rapport au troisième trimestre 2014.

15,0 millions d'euros ont été comptabilisés à fin septembre 2015 en autres charges opérationnelles (dont 3,1 millions d'euros au troisième trimestre), au titre des 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** des neuf premiers mois de l'année 2015 s'établit à 91,8 millions d'euros (+ 61,1 millions d'euros).

Le **résultat net des activités poursuivies** s'établit à 67,3 millions d'euros (+ 35,7 millions d'euros).

La **trésorerie nette** au 30 septembre 2015 s'établit à 234,8 millions d'euros, après versement d'un dividende de 317,3 millions d'euros en avril 2015 et acquisition sur le marché d'actions propres pour 40,0 millions d'euros.

Le groupe TF1 a encaissé 474,0 millions d'euros le 1^{er} octobre 2015, à la suite de la finalisation des opérations avec Discovery Communications.

Détail par activité

M€	T1 2015	T1 2014	T2 2015	T2 2014	T3 2015	T3 2014	9M 2015	9M 2014	Var. (M€)	Var. %
Antennes et Contenus	395,1	385,3	444,3	480,8	356,1	355,1	1 195,5	1 221,2	(25,7)	- 2,1 %
<i>dont publicité TV</i>	343,6	332,9	389,7	388,1	292,2	305,1	1 025,5	1 026,1	(0,6)	- 0,1 %
Services Consommateurs	48,4	51,1	47,2	40,5	50,1	49,1	145,7	140,7	+ 5,0	+ 3,6 %
Offre Payante	31,6	30,9	14,1	32,2	13,1	30,4	58,8	93,5	(34,7)	- 37,1 %
Holding et Divers	-	2,4	-	2,5	-	2,4	-	7,3	(7,3)	- 100,0 %
Chiffre d'affaires consolidé	475,1	469,7	505,6	556,0	419,3	437,0	1 400,0	1 462,7	(62,7)	- 4,3 %
Antennes et Contenus	(12,0)	1,1	62,7	9,0	2,0	(0,9)	52,7	9,2	+ 43,5	x 5,7
<i>dont coût des programmes</i>	(243,5)	(230,4)	(216,7)	(282,2)	(212,9)	(208,9)	(673,1)	(721,5)	+ 48,4	- 6,7 %
Services Consommateurs	3,6	5,1	2,4	1,7	4,5	3,5	10,5	10,3	+ 0,2	+ 1,9 %
Offre Payante	33,7*	(2,4)	0,2	(0,8)	(1,1)	1,6	32,8*	(1,6)	+ 34,4	ns
Holding et Divers	2,8	3,1	3,9	4,9	4,1	4,8	10,8	12,8	(2,0)	- 15,6 %
Résultat opérationnel courant	28,1*	6,9	69,2	14,8	9,5	9,0	106,8*	30,7	+ 76,1	x 3,5

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France

Antennes et Contenus

Audiences¹

A fin septembre 2015, le groupe TF1 enregistre une part d'audience cumulée de ses 4 chaînes en clair de 27,6 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 1,2 point). Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, la part d'audience atteint 31,9 % (- 0,7 point).

Cette performance est à apprécier au regard d'un contexte particulier (poursuite de la montée en puissance des chaînes de la TNT HD, pression concurrentielle sur la programmation, progression de la consommation délinéarisée) et d'une base de comparaison élevée en raison de la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA en juin et juillet 2014.

Le Groupe poursuit sa stratégie multichaîne en optimisant la programmation entre ses quatre chaînes, en fonction de la saisonnalité et en continuant de privilégier :

- **les cases stratégiques** et notamment la puissance de TF1 en *prime time* : seule chaîne à fédérer à fin septembre 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, TF1 réalise sur la période 49 des 50 meilleures audiences ;
- **les cibles publicitaires** : les parts d'audience de NT1 et HD1 progressent respectivement de 11 % et de 38 % sur un an sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats.

¹ Source : Médiamétrie.

Données financières

Le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes en clair est stable sur un an. Les chaînes TNT du Groupe ont progressé sur les neuf premiers mois de l'année, dans un contexte où TF1 a poursuivi sa stratégie de maintien de la valeur.

Les autres revenus du secteur Antennes et Contenus sont en baisse (- 25,1 millions d'euros), s'expliquant par le recul marqué des revenus du journal *Metronews* et l'écart de montant des reventes de droits sportifs.

e-TF1 poursuit sa stratégie d'innovation : la nouvelle version de la plateforme MYTF1 propose des contenus digitaux exclusifs, en complément de l'offre des 4 chaînes en clair. Les revenus publicitaires digitaux sont ainsi en croissance, compensant en partie le recul de l'interactivité.

Le coût des programmes des 4 antennes gratuites du Groupe est en baisse de 48,4 millions d'euros sur un an. Net des événements sportifs et des programmes de remplacement, le coût des programmes est en légère hausse, du fait du renforcement de la programmation des chaînes de la TNT.

Le secteur Antennes et Contenus améliore ainsi son résultat opérationnel courant de 43,5 millions d'euros.

Services Consommateurs

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs progresse de 5,0 millions d'euros, grâce aux activités dans le domaine de la musique, des jeux de société et de la vidéo à la demande.

Le résultat opérationnel courant des Services Consommateurs s'établit à 10,5 millions d'euros.

Offre Payante

Le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante est en baisse de 34,7 millions d'euros. Hors effet périmètre d'Eurosport France et Styliá, le chiffre d'affaires progresse grâce aux performances d'audience, notamment de TV Breizh.

Le résultat opérationnel courant de l'Offre Payante s'élève à 32,8 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, qui compense en partie les pertes de la chaîne LCI.

Holding et Divers

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

Perspectives

Dans un contexte économique caractérisé par l'absence de signaux clairs de reprise et par une visibilité toujours faible, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait être stable au quatrième trimestre 2015.

Evolution du capital

A la suite de l'acquisition sur le marché d'actions propres dans le cadre du programme de rachat d'actions de TF1, le Conseil d'administration a décidé l'annulation de 1 482 183 actions.

Au 28 octobre 2015, le nombre d'actions s'élève à 210 501 567 et le nombre total de droits de vote exerçables à 209 013 985. Le capital est de 42 100 313,40 euros.

Gouvernance

Le Conseil d'administration de TF1 a arrêté le choix du successeur de Nonce Paolini dont le mandat de Président directeur général expirera au premier trimestre 2016.

Suivant l'avis de son Comité de Sélection et ayant conclu qu'il était préférable de ne pas dissocier les fonctions de Président et de Directeur général, le Conseil d'administration a choisi Gilles Pélisson pour exercer le mandat de Président directeur général.

Gilles Pélisson sera nommé Président directeur général le 17 février 2016, son entrée en fonction étant effective le 19 février 2016, le lendemain de la présentation des comptes de l'exercice 2015. Jusqu'à cette date, Gilles Pélisson se préparera à exercer ses nouvelles fonctions avec le concours de Nonce Paolini.

Le Conseil d'administration a vivement remercié Nonce Paolini pour ces neuf années passées à la tête du groupe TF1. Il a souligné l'importance du travail qu'il a accompli, avec un constant souci des relations sociales. TF1 a maintenu sa position de *leader* pendant une période très complexe marquée à la fois par une grave crise économique et par de grandes évolutions technologiques, réglementaires, concurrentielles ou commerciales.

Au cours de cette même séance, le Conseil d'administration a nommé Madame Catherine Dussart, administratrice indépendante, Présidente du Comité des Rémunérations. Il a également nommé Madame Fanny Chabirand, administratrice représentant les salariés, membre du Comité des Rémunérations.

Notice biographique de Gilles Pélisson

Agé de 58 ans, diplômé de l'Essec et de la Harvard Business School, Gilles Pélisson a dirigé Eurodisney et Accor, sociétés cotées importantes fournissant des services au grand public, ainsi que Noos et Bouygues Telecom, sociétés exerçant des activités régulées sur des marchés connaissant des évolutions technologies importantes. Gilles Pélisson a une grande expérience de l'international et a toujours veillé à la qualité des relations sociales. Il connaît bien TF1 dont il est administrateur depuis 2009.

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 sur l'information financière des neuf premiers mois de 2015 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

Une conférence téléphonique aura lieu le 28 octobre 2015 à 18h45 (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
TF1 - Direction de la Communication / Corporate Communication – Courriel / email : vduval@tf1.fr



LE GROUPE

Information financière

9 premiers mois 2015

Information financière 9 premiers mois 2015

1. Information financière des 9 premiers mois.....	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants des neuf premiers mois 2015.....	6
1.3. Analyse des résultats consolidés	8
1.4. Information sectorielle	11
1.5. Responsabilité sociétale	18
1.6. Point social	19
1.7. Performances boursières	19
1.8. Perspectives	19
1.9. Evolution du capital.....	19
1.10. Gouvernance	19
2. Comptes consolidés condensés au 30 septembre 2015	20
Bilan consolidé.....	20
Bilan consolidé (suite)	21
Compte de résultat consolidé	22
Etat des produits et charges comptabilisés	23
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	24
Tableau des flux de trésorerie consolidés	25
Notes annexes aux états financiers consolidés condensés	26

1. Information financière des 9 premiers mois

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^{er} 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>	9m 2015	9m 2014	Année 2014 (12 mois)	9m 2014 publié
Chiffre d'affaires consolidé	1 400,0	1 462,7	2 091,8	1 462,7
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 082,2</i>	<i>1 093,1</i>	<i>1 575,5</i>	<i>1 093,1</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>317,8</i>	<i>369,6</i>	<i>516,3</i>	<i>369,6</i>
Résultat opérationnel courant	106,8 *	30,7	116,5	31,8
Résultat opérationnel	91,8 *	30,7	116,5	31,8
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	64,9 *	30,2	99,9	30,9
Capacité d'autofinancement **	103,9	69,2	128,5	70,3
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,31	0,15	0,47	0,15
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,31	0,14	0,47	0,15
Total capitaux propres part du Groupe	1 717,5	1 934,0	2 003,4	1 934,7
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-) des activités poursuivies	234,8	436,3	497,0	436,3

* Incluant le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

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

2015 I Information financière des 9 premiers mois

	9m 2015	9m 2014	Année 2014 (12 mois)
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	211 374	211 366	211 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	12,55	10,68	12,72
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,7	2,3	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^{er} 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	
	9m 2015	9m 2014	Année 2014	9m 2015	9m 2014	Année 2014	9m 2014 publié	9m 2015	9m 2014
Antennes & contenus	1 195,5	1 221,2	1 748,8	52,7	9,2	51,7	9,7	37,7	9,2
Antennes	1 130,7	1 142,1	1 638,8	39,4	(5,1)	36,0	(4,6)	24,4	(5,1)
Contenus	64,8	79,1	110,0	13,3	14,3	15,7	14,3	13,3	14,3
Services consommateurs	145,7	140,7	209,6	10,5	10,3	14,8	10,4	10,5	10,3
TF1 Vidéo	36,4	34,9	56,4	(0,3)	0,4	1,0	0,4	(0,3)	0,4
Téléshopping	65,8	66,8	87,8	3,5	4,0	3,2	4,0	3,5	4,0
TF1 Entreprises	43,5	39,0	65,4	7,3	5,9	10,6	6,0	7,3	5,9
Offre Payante	58,8	93,5	125,2	32,8 *	(1,6)	1,5	(1,6)	32,8 *	(1,6)
Eurosport France	17,8	49,4	65,7	33,7 *	1,1	4,1	1,1	33,7 *	1,1
Chaînes Thématiques France	41,0	44,1	59,5	(0,9)	(2,7)	(2,6)	(2,7)	(0,9)	(2,7)
 Holding et Divers	0,0	7,3	8,2	10,8	12,8	48,5	13,3	10,8	12,8
TOTAL	1 400,0	1 462,7	2 091,8	106,8 *	30,7	116,5	31,8	91,8 *	30,7

* incluant le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

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

Contributions au chiffre d'affaires publicitaire			
<i>en millions d'euros</i>	9m 2015	9m 2014	Année 2014
Publicité Antennes & Contenus	1 075,5	1 082,6	1 560,3
dont Télévision	1 025,5	1 026,1	1 476,7
dont Autres Supports	50,0	56,5	83,6
Publicité Offre Payante	6,7	10,5	15,2
dont Eurosport France	1,3	5,1	6,9
dont Chaînes Thématiques France	5,4	5,4	8,3
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE GROUPE	1 082,2	1 093,1	1 575,5

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

<i>en millions d'euros</i>	9m 2015	9m 2014	Année 2014
Total coût des programmes	673,1	721,5	994,0
<i>Événements sportifs</i>	7,8	73,7	73,7
Total hors événements sportifs	665,3	647,8	920,3
Variétés / Jeux / Magazines	207,1	206,2	282,6
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	230,3	226,2	318,1
Sports (hors événements sportifs)	30,0	34,6	49,9
Information	80,1	76,3	103,3
Films	108,3	93,1	150,1
Jeunesse	9,5	11,4	16,3

1.2. Faits marquants des neuf premiers mois 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^{er} 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.

Juillet

22 juillet 2015 : annonce de la décision du Groupe d'exercer, d'un commun accord avec Discovery Communications, son option de vente de sa participation de 49 % détenus dans Eurosport et de racheter à Discovery les 20 % détenus dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa.

Août

31 août 2015 : la direction de l'innovation du groupe TF1 et Paris&Co signent une convention de partenariat pour la création d'un incubateur de jeunes entreprises innovantes.

Septembre

4 septembre 2015 : à l'occasion de la 17^{ème} édition du Grand Prix des Médias CB News, le groupe TF1 a été largement récompensé avec six distinctions : meilleure chaîne TV (TF1), meilleure régie (TF1 Publicité), meilleure émission TV de divertissement / flux (*L'Emprise*), meilleure émission TV d'information / documentaire (« Le Petit JT », LCI), meilleur coup éditorial ou journalistique (sujet « Kobane »), meilleure stratégie social media (*Clem*, fiction française).

8 septembre 2015 : le groupe TF1 dépose quatre dossiers devant le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, dans le cadre de l'appel à candidatures pour l'édition de services de télévision en TNT et en HD :

- la chaîne TMC pour sa diffusion en HD,
- la chaîne NT1 pour sa diffusion en HD,
- la chaîne LCI pour sa diffusion en clair et en HD,
- la chaîne Ha26 de téléachat, en partenariat avec le groupe M6.

10 septembre 2015 : reconduction du groupe TF1 dans l'indice boursier de développement durable DJSI World.

24 septembre 2015 : lancement d'un appel à candidatures, pour la sélection des meilleures idées entrepreneuriales des étudiants d'Epitech, l'école de l'innovation et de l'expertise informatique. Ce programme d'accompagnement des étudiants a pour objectif de les aider à développer leurs projets et d'être ainsi au plus près de la naissance des idées.

1.3. Analyse des résultats consolidés

Boulogne-Billancourt, le 28 octobre 2015

Changement de méthode comptable

Pour l'exercice 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.

Chiffre d'affaires

Au 30 septembre 2015, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 1 400,0 millions d'euros, en baisse de - 62,7 millions d'euros (- 4,3 %).

Cette évolution s'explique principalement :

- 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 aux deuxième et troisième trimestres 2014 à 33,3 millions d'euros (dont 16,1 millions d'euros au troisième trimestre 2014) ;
 - o la cession de la société OneCast intervenue le 30 octobre 2014, qui réalisait un chiffre d'affaires de 7,3 millions d'euros lors des 9 premiers mois 2014 (dont 2,4 millions d'euros au troisième trimestre 2014) ;
 - o la fermeture de la chaîne thématique Stylia depuis le 31 décembre 2014, dont le chiffre d'affaires s'établissait à 2,7 millions d'euros au 30 septembre 2014 (dont 0,9 million d'euros au troisième trimestre 2014) ;
- par la différence de montant des droits sportifs revendus : en 2014, 30 millions d'euros avaient été revendus à beIN SPORTS pour la Coupe du Monde de Football, contre 13 millions d'euros revendus à CANAL + pour la Coupe du Monde de Rugby en 2015.

Retraité des effets précédents, le chiffre d'affaires du Groupe est quasiment stable (- 0,2 %).

Le chiffre d'affaires du troisième trimestre s'établit à 419,3 millions d'euros, en recul de - 4,1 % sur un an. Retraité des effets précédents, il est en recul de - 2,7 %.

Chiffre d'affaires publicitaire

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe recule de - 1,0 % (- 10,9 millions d'euros) à 1 082,2 millions d'euros lors des neuf premiers mois 2015. Il se compose de :

- 1 025,5 millions d'euros de revenus publicitaires nets pour les 4 chaînes gratuites du Groupe, quasiment stables par rapport aux neuf premiers mois 2014 (- 0,1 %).

Les chaînes de la TNT du Groupe ont réussi à mieux monétiser les inventaires proposés, notamment grâce à la progression d'audience de NT1 et HD1. Cette performance compense le recul du chiffre d'affaires de la chaîne TF1, qui avait diffusé en juin et juillet 2014 la totalité des 21 matchs de la Coupe du Monde de la FIFA 2014, contre 6 matchs de poules de la Coupe du Monde de Rugby en septembre 2015. Dans le contexte d'une demande bien orientée et malgré le recul de sa part d'audience sur la période, TF1 a poursuivi sa stratégie de préservation de la valeur de ses écrans. Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie multichaîne du groupe TF1.

- 50,0 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, en recul de - 11,5 % par rapport aux neuf premiers mois 2014 (- 6,5 millions d'euros).
La publicité digitale ainsi que l'activité de régie pour compte de tiers (radios et chaînes hors groupe TF1) progressent. Elles compensent partiellement le recul important des revenus de Publications Metro France lors des neuf premiers mois 2015, résultant d'une baisse des revenus publicitaires au premier semestre et de l'arrêt de la version imprimée du journal en juillet 2015.
- 6,7 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux activités du secteur Offre Payante, en baisse de 3,8 millions d'euros en un an en raison de la déconsolidation d'Eurosport France intervenue le 31 mars 2015.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe est en recul de - 4,9 % à 307,5 millions d'euros.

Après un premier semestre en hausse de + 1,7 %, les revenus publicitaires des chaînes gratuites reculent de - 4,2 % au troisième trimestre, du fait notamment d'une base de comparaison élevée au troisième trimestre 2014.

Chiffre d'affaires non-publicitaire

Le chiffre d'affaires non-publicitaire du Groupe au 30 septembre 2015 s'élève à 317,8 millions d'euros, en recul de 51,8 millions d'euros (- 14,0 %) et s'explique par les effets suivants :

- un effet périmètre de 39,9 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 différence de montant des droits sportifs revendus : en 2014, 30 millions d'euros avaient été revendus à beIN SPORTS pour la Coupe du Monde de Football, contre 13 millions d'euros revendus à CANAL + pour la Coupe du Monde de Rugby en 2015.

Par ailleurs, le recul des revenus d'interactivité d'e-TF1 est compensé par les solides performances de TF1 Entreprises.

Le chiffre d'affaires non publicitaire du troisième trimestre s'établit à 111,8 millions d'euros et affiche un recul de - 1,8 % (- 2,0 millions d'euros).

Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Au 30 septembre 2015, le coût des programmes des 4 chaînes gratuites du Groupe s'élève à 673,1 millions d'euros, en baisse de 48,4 millions d'euros sur un an.

Evénements sportifs

La diffusion de la totalité des 21 matchs de la Coupe du Monde FIFA 2014 avait un coût à fin septembre 2014 de 73,7 millions d'euros. Il était compensé en partie par les économies réalisées sur les programmes remplacés par la diffusion des matchs, pour 15,4 millions d'euros.

Lors du troisième trimestre 2015, le groupe a diffusé les 6 premiers matchs de la Coupe du Monde de Rugby pour 7,8 millions d'euros. L'économie sur les programmes remplacés s'élève à 3,3 millions d'euros.

Coût des programmes hors événements sportifs

Hors événements sportifs, le coût des programmes à fin septembre 2015 est en hausse de 17,5 millions d'euros à 665,3 millions d'euros qui comprend la diffusion lors de neufs premiers mois 2015 de programmes en lieu et place des matchs de football diffusés l'année précédente (en tenant compte de l'effet des programmes remplacés par les matchs des coupes du monde 2014 et 2015, cette hausse est ramenée à 5,4 millions d'euros). Dans un contexte de concurrence intense en termes de programmation, et afin de compenser la diffusion d'un nombre de matchs moins importants, le Groupe a diffusé plus de films sur un an (+ 15,2 millions d'euros). Le coût des fictions, téléfilms et séries a également augmenté de 4,1 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 + 3,8 millions d'euros. Le coût des variétés, jeux et magazines est en légère progression de + 0,9 million d'euros. *A contrario*, la renégociation des droits permet d'enregistrer une baisse de coûts des programmes sportifs de 4,6 millions d'euros. Les programmes de jeunesse sont également en économie de 1,9 million d'euros.

Autres charges, amortissements et provisions

A fin septembre 2015, les autres charges, amortissements et provisions sont en amélioration de 90,4 millions d'euros. Cette forte baisse s'explique principalement par :

- les effets périmètres liés à la sortie d'Eurosport France (cédée à 100 % le 31 mars 2015 à Eurosport SAS), OneCast et Stylia ;
- le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France ;
- la différence des coûts des droits revendus, nets des reprises de provisions, de la Coupe du Monde FIFA 2014 et de la Coupe du Monde de Rugby 2015 ;

Hormis ces effets, le développement de l'activité des Contenus et des Services Consommateurs entraîne une hausse des autres charges.

Au troisième trimestre, les autres charges, amortissements et provisions sont en amélioration de 22,2 millions d'euros, soit une économie de 35,2 millions d'euros hors coût des droits revendus de la Coupe du Monde de Rugby nets de provisions. Cette économie s'explique d'une part par les effets périmètres d'Eurosport France, OneCast et Stylia, d'autre part par l'arrêt de l'impression du journal *Metronews*, et par un effet change positif.

Résultat opérationnel courant

Au 30 septembre 2015, le résultat opérationnel courant s'établit à 106,8 millions d'euros, en progression de 76,1 millions d'euros.

Il intègre notamment le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France et les effets des coupes du monde.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 7,6 % en progression de 5,5 points en un an.

Au troisième trimestre 2015, malgré le recul du chiffre d'affaires publicitaire de 15,7 millions d'euros, le résultat opérationnel courant est en progression de 0,5 million d'euros.

Résultat opérationnel

15,0 millions d'euros ont été comptabilisés en autres charges opérationnelles, dont 3,1 millions d'euros au troisième trimestre, qui correspondent aux coûts d'adaptation du pôle information du groupe TF1. Ils sont principalement liés à l'arrêt de la version papier de *Metronews*.

Ainsi, à fin septembre, le résultat opérationnel s'établit à 91,8 millions d'euros, soit une progression de 61,1 millions d'euros en un an.

Résultat net

Le coût de l'endettement financier net du Groupe est un produit de + 0,8 million d'euros au 30 septembre 2015, le Groupe ayant été en trésorerie positive sur les neuf premiers mois de l'année.

Les autres produits et charges financiers s'établissent à - 0,3 million d'euros du fait de la revalorisation des instruments financiers dérivés.

La charge d'impôt s'élève à 26,3 millions d'euros en hausse de 15,8 millions d'euros sur un an. Cette augmentation s'explique, outre l'amélioration du résultat opérationnel, 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 s'élève à + 1,3 million d'euros au 30 septembre 2015, en recul de 9,2 millions d'euros résultant de la baisse de la quote-part du résultat net du groupe Eurosport. 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 64,9 millions d'euros, en hausse de 34,7 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 299,5 millions d'euros, ainsi qu'au 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 2,4 millions d'euros au 30 septembre 2015.

Structure Financière

Au 30 septembre 2015, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 1 717,5 millions d'euros pour un total bilan de 3 255,0 millions d'euros.

La trésorerie nette sur les activités poursuivies, à fin septembre 2015, s'établit à 234,8 millions d'euros contre 497,0 millions d'euros au 31 décembre 2014. Ce niveau de trésorerie intègre :

- le versement au premier semestre 2015 d'un dividende de 317,3 millions d'euros ;
- des rachats d'actions pour 40,0 millions d'euros.

Au 30 septembre 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

Suite aux accords conclus le 22 juillet 2015 et décrits en note 1-1 des annexes aux états financiers consolidés condensés, TF1 a procédé au 1^{er} octobre :

- à la cession à Discovery Communications de sa participation de 49 % détenus dans le groupe Eurosport, pour un montant de 490,5 M€,
- au rachat auprès de Discovery Communications, de manière anticipée, des 20 % qu'il détenait dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa, pour un montant de 14,6 M€.

1.4. Information sectorielle

1.4.1 ANTENNES ET CONTENUS

Chiffre d'affaires (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. %
Antennes	1 130,7	1 142,1	- 1,0 %
dont Publicité 4 chaînes gratuites	1 025,5	1 026,1	- 0,1 %
dont Publicité autres activités	50,0	56,5	- 11,5 %
dont Autres CA	55,2	59,5	- 7,2 %
Contenus	64,8	79,1	- 18,1 %
Antennes & Contenus	1 195,5	1 221,2	- 2,1 %

Résultat opérationnel courant (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. M€
Antennes	39,4	(5,1)	+ 44,5
Contenus	13,3	14,3	(1,0)
Antennes & Contenus	52,7	9,2	+ 43,5

Le chiffre d'affaires du secteur Antennes et Contenus s'établit à fin septembre 2015 à 1 195,5 millions d'euros, en recul de - 2,1 %.

Le secteur affiche un résultat opérationnel courant de 52,7 millions d'euros, en amélioration de 43,5 millions d'euros sur un an.

Pour mémoire, le résultat opérationnel des Antennes intègre le coût des 6 premiers matchs de la Coupe du Monde de Rugby en 2015, contre celui des 21 matchs diffusés à l'occasion de la Coupe de la FIFA en 2014. Le résultat opérationnel du pôle Contenus bénéficiait en 2014 du succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

Antennes

A fin septembre, le pôle Antennes a généré un chiffre d'affaires de 1 130,7 millions d'euros, en baisse de - 1,0 %, dont :

- un chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites stable à 1 025,5 millions d'euros (- 0,1 %) ;
- un chiffre d'affaires publicitaire des autres activités de 50,0 millions d'euros (soit une baisse de - 11,5 %, liée à la baisse d'activité au premier semestre puis l'arrêt de la version papier du journal *Metronews* le 3 juillet 2015) ;
- 55,2 millions d'euros de chiffre d'affaires non publicitaire (soit une baisse de - 7,2 %, liée au recul des revenus d'interactivité).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 39,4 millions d'euros et s'améliore de 44,5 millions d'euros en raison, principalement, de la différence d'impact sur le coût des programmes entre les

coupes du monde de rugby et de football à fin septembre 2015 et 2014.

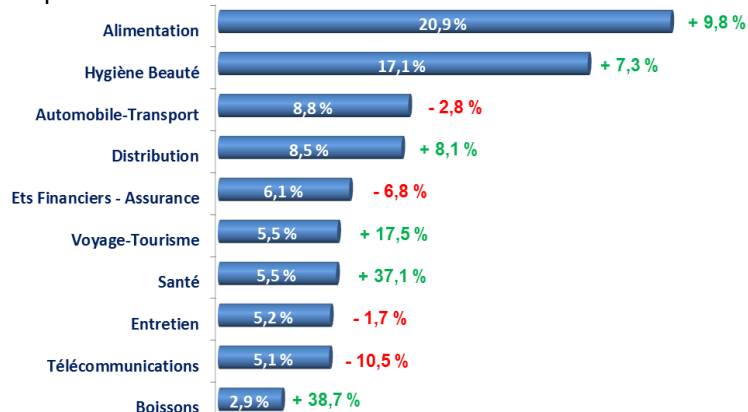
Chiffre d'affaires publicitaire¹

A fin septembre 2015, et après une hausse de 1,3 % au premier semestre, les investissements publicitaires plurimedia bruts (c'est-à-dire avant remises) et hors Internet, sont en hausse de 0,9 % à 18,0 milliards d'euros :

- La télévision reste le premier media investi et affiche la plus forte croissance à + 6,5 % sur la période, pour atteindre 7,7 milliards d'euros. Les investissements sur la TNT gratuite continuent de croître à un rythme élevé (+ 8,4 %), 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 5,6 %.
- La presse voit ses recettes brutes diminuer à nouveau de 7,8 % sur un an, pour s'établir à 4,7 milliards d'euros.
- La radio bénéficie d'une hausse de 2,7 % de ses recettes brutes, qui s'élèvent à 3,4 milliards d'euros.
- L'affichage recule de 0,9 % sur un an, à 1,9 milliard d'euros, tandis que les investissements dans le cinéma progressent de 5,1 % à 278,1 millions d'euros.

A fin septembre, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 5,0 % par rapport à la même période en 2014.

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



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

¹ Investissements plurimedia hors sponsoring et hors Internet 2015 (5 médias).

2015 | Information financière des 9 premiers mois

Au cours des neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires de la publicité des 4 chaînes en clair du Groupe est quasi-stable (- 0,1%) et en recul de - 4,2 % sur le troisième trimestre.

Les chaînes de la TNT du Groupe ont réussi à mieux monétiser les inventaires proposés, notamment grâce à la progression d'audience de NT1 et HD1. Cette performance compense le recul du chiffre d'affaires de la chaîne TF1, qui avait diffusé à fin septembre 2014 la totalité des 21 matchs de la Coupe du Monde de la FIFA 2014, contre 6 matchs de poule de la Coupe du Monde de Rugby à fin septembre 2015. Dans le contexte d'une demande bien orientée et malgré le recul de sa part d'audience sur la période, TF1 a poursuivi sa stratégie de préservation de la valeur de ses écrans. Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie multichaîne du groupe TF1.

Le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports du secteur Antennes est en retrait de 11,5 %, liée à la baisse d'activité au premier semestre puis l'arrêt de la version papier du journal *Metronews* le 3 juillet 2015.

La publicité digitale et l'activité de régie pour compte de tiers sont toutefois en progression à fin septembre 2015.

- **Antennes en clair**¹

Marché

A fin septembre 2015, la durée d'écoute de la télévision atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 39 minutes, en augmentation de 1 minute en un an.

La durée d'écoute pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats s'élève à 3 heures et 33 minutes, un léger retrait de 1 minute 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 82,4 % des Français au 30 septembre 2015. Sur les neuf premiers mois 2015, la part d'audience cumulée de ces chaînes atteint 5,5 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 7,1 % 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 une programmation :

- complémentaire entre ses 4 chaînes ;
- adaptée à la saisonnalité du marché publicitaire ;
- permettant de maintenir un écart d'audience important avec la concurrence ;
- puissante sur les tranches horaires à fort potentiel de monétisation ;
- attractive pour les cibles publicitaires.

Ainsi, au cours des neuf premiers mois de l'année, les 4 chaînes en clair du Groupe ont réalisé une part d'audience moyenne de 36,3 % sur la cible de Femmes de moins de 50 ans responsables des achats en *prime time* (soit 13,2 points de plus que son premier concurrent privé), en hausse de 0,5 point sur un an.

Toutefois, la part d'audience réalisée en moyenne sur l'ensemble de la journée et sur les Individus âgés de 4 ans et plus observe une baisse de 1,2 point à 27,6 %, en lien avec la pression concurrentielle particulièrement forte et la base de comparaison élevée du fait de la diffusion de 21 matchs de la Coupe du Monde FIFA 2014.

TF1

TF1 reste la chaîne largement *leader* en France. Sa part d'audience s'établit à 21,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (versus une part d'audience de 22,9 % à fin septembre 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 23,5 % à fin septembre 2015, contre 24,9 % un an plus tôt. L'écart avec la première chaîne concurrente privée s'établit à 8,3 points sur la principale cible publicitaire.

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 à fin septembre 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, à 27 reprises. Sur l'ensemble des diffusions, 4 programmes ont réuni plus de 9 millions de téléspectateurs et 1 programme plus de 11 millions de téléspectateurs. Par ailleurs, TF1 a affiché 118 programmes à plus de 7 millions de téléspectateurs, contre un seul programme pour l'ensemble de la concurrence et comptabilise les 40 meilleures audiences des neuf premiers mois de l'année.

¹ Source : Médiamétrie – Médiamat.

En *prime time*, la chaîne TF1 rassemble en moyenne à fin septembre 2015 5,2 millions de téléspectateurs et se positionne en tant que *leader* pour 87 % des programmes diffusés.

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^{ème} 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 téléspectateurs avec une moyenne de 7,3 millions chaque soir.

La série américaine : la nouvelle saison de *Mentalist* a réuni jusqu'à 8,6 millions de téléspectateurs et a réalisé une moyenne de 30 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. *Person of Interest* a rassemblé jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs. 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. Le film *Un plan parfait* a rassemblé 6,5 millions de téléspectateurs.

L'information : les *Journaux Télévisés* de TF1 restent les plus fédérateurs d'Europe. Le Journal de 20h a attiré jusqu'à 10,2 millions de téléspectateurs. Le Journal Télévisé de 13h, quant à lui, a réuni 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. La Coupe du Monde de Rugby, l'évènement sportif de l'année, a réuni en moyenne 9,4 millions de téléspectateurs pour les matchs de poule de l'Equipe de France.

TMC

TMC se classe 5^{ème} chaîne nationale en soirée sur les neuf premiers mois 2015 et affiche une part d'audience de 3,1 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de 3,5 % 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* a notamment attiré 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 son record d'audience historique avec la demi-finale du Championnat du Monde de Handball en réunissant 3,3 millions de téléspectateurs.

NT1

A fin septembre 2015, NT1 est en nette hausse et réalise une part d'audience moyenne de 2,0 % sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,2 point) ; la chaîne progresse sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats à 3,1 % (+ 0,3 point).

La chaîne se classe ainsi 4^{ème} 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 : *Secret Story* réalise ainsi d'excellentes performances avec en moyenne 0,8 million de téléspectateurs pour l'épisode inédit en *access*, ce qui la classe 3^{ème} chaîne sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et *leader* sur la cible des 15-24 ans. Enfin, l'offre de séries américaines obtient d'excellents scores avec notamment *Grey's Anatomy* qui permet à la chaîne d'être 4^{ème} chaîne 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.

A fin septembre 2015, la chaîne, consacrée à la narration sous toutes ses formes, réalise 1,2 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,3 point) et 1,8 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, soit une nette hausse de 0,5 point.

La chaîne est la seule chaîne de la TNT HD à atteindre 300 000 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 jusqu'à 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, ainsi qu'une offre *premium* de contenus 100 % digitaux. Le site 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^{ème} groupe en nombre de vidéos vues, aux côtés des acteurs internationaux¹.

La consommation vidéo de MYTF1 sur IPTV continue par ailleurs sa forte croissance. Depuis le lancement de la mesure de l'audience non linéaire sur IPTV en octobre 2014, MYTF1 est *leader* de cette consommation et 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 3,4 % sur la période à 72,1 millions d'euros, la progression de ses revenus publicitaires ne compensant pas la baisse des revenus d'interactivité.

Le résultat opérationnel courant progresse de 1,4 million d'euros à 15,5 millions d'euros comparé à fin septembre 2014.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 21,5 %, en progression de 2,6 points.

- **Autres supports**

Publications Metro France

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 a conduit à 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.

Par conséquent, le chiffre d'affaires de Publications Metro France a été divisé par 2,2 à fin septembre 2015.

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 hausse de + 4,9 % à fin septembre 2015.

Contenus

Le chiffre d'affaires de l'activité Contenus s'établit à 64,8 millions d'euros (- 18,1 %). Cette variation de 14,3 millions d'euros correspond principalement à la différence du montant de reventes des droits de diffusion des coupes du monde (30 millions d'euros pour la Coupe du Monde FIFA 2014 contre 13 millions d'euros pour la Coupe du Monde de Rugby).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 13,3 millions d'euros, contre 14,3 millions d'euros un an plus tôt, les neuf premiers mois 2014 ayant bénéficié de la sortie en salles du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

- **TF1 Droits Audiovisuels**

A fin août 2015, le marché du cinéma en France observe une diminution de la fréquentation de près de 5 % en un an. La part de marché des films français est estimée à 34,4 %, contre 45,7 % sur la même période en 2014².

A fin septembre 2015, l'activité Salles de TF1 Droits Audiovisuels est en progression notamment grâce à l'exploitation internationale du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* Au cours des neuf premiers mois 2015, cinq films sont sortis en salles (soit deux films de moins qu'en 2014) : *Les souvenirs*, *Comme un avion*, *Suite française*, *Les*

¹ Source : Médiamétrie NetRatings – août 2015

² Source : CNC, fréquentation cinématographique estimée à fin août 2015.

profs 2 et *Dheepan*, palme d'or du dernier Festival de Cannes.

L'activité catalogue profite du succès rencontré à l'export par la série *Profilage*.

Ainsi, la contribution au chiffre d'affaires est en progression, tout comme le résultat opérationnel à fin septembre.

• TF1 Production

La contribution au chiffre d'affaires de TF1 Production enregistre une hausse à fin septembre 2015, principalement grâce à l'activité Spectacles avec la tournée des *Prêtres*.

A fin septembre 2015, 386 heures de programmes ont été livrées aux chaînes du Groupe contre 438 heures à fin septembre 2014. Cette baisse s'inscrit dans le contexte d'une base de comparaison élevée (9^{ème} saison de la fiction *RIS*, 11 épisodes de *Crossing Lines* et la production de la Coupe du Monde Football FIFA 2014 avec 28 matchs diffusés). Les activités de Divertissements, Scripted Reality et d'animation avec la série *Mini Ninjas* sont cependant en hausse sur la période.

Le résultat opérationnel de TF1 Production est stable à fin septembre 2015.

• TF1 Films Production

Sur les neuf premiers mois de l'année 2015, 11 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles, réalisant un total de 9,1 millions d'entrées en France, contre 13 films et 30,4 millions d'entrées un an auparavant.

TF1 Films Production compte 4 films millionnaires avec notamment le premier film du *box-office* français *Les profs 2* (3,5 millions d'entrées en salles).

La contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant du Groupe sont en diminution marquée, en raison d'une base de comparaison élevée, 2014 ayant bénéficié du succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

1.4.2 SERVICES CONSOMMATEURS

Chiffre d'affaires (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. %
TF1 Vidéo	36,4	34,9	+ 4,3 %
Téléshopping	65,8	66,8	- 1,5 %
TF1 Entreprises	43,5	39,0	+ 11,5 %
Services Consommateurs	145,7	140,7	+ 3,6 %

Résultat opérationnel courant (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. M€
TF1 Vidéo	(0,3)	0,4	(0,7)
Téléshopping	3,5	4,0	(0,5)
TF1 Entreprises	7,3	5,9	+ 1,4
Services Consommateurs	10,5	10,3	+ 0,2

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs s'établit à 145,7 millions d'euros à fin septembre 2015, soit une hausse de 3,6 %. Son résultat opérationnel est en amélioration de 0,2 million d'euros et s'élève à 10,5 millions d'euros.

TF1 Vidéo

Sur les neuf premiers mois de l'année, TF1 Vidéo affiche une hausse de 4,3 % de son activité à 36,4 millions d'euros et une perte opérationnelle de - 0,3 million d'euros.

Le marché de la vidéo physique en France reste en recul (- 16,0 % à fin août 2015), tandis que le total du marché digital (VOD, EST et SVOD) affiche une hausse de 7,0 % à fin juin 2015 par rapport à la même période en 2014¹.

TF1 Vidéo connaît depuis le début de l'année une progression de son chiffre d'affaires, grâce à la poursuite de la croissance de l'activité VOD, à l'exploitation tous droits de certains films (comme *La Grande aventure de Maya l'abeille* ou *Joker*) et au lancement du label eCinéma (films pour lesquels la vidéo à la demande tient lieu de sortie en salles, comme *Age of Adaline*).

L'activité de TF1 Vidéo observe cependant un retrait au troisième trimestre 2015, lié à l'effet de base défavorable de la sortie en DVD du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* au troisième trimestre 2014.

Les frais techniques et *marketing* relatifs à l'exploitation tous droits de TF1 Vidéo expliquent le recul de la rentabilité de la filiale à fin septembre.

¹ Source : GFK, données à fin août 2015 pour le marché physique ; à fin juin 2015 pour le digital.

Téléshopping

A fin septembre 2015, Téléshopping génère un chiffre d'affaires de 65,8 millions d'euros, en recul de 1,5 % sur un an. Le nombre de commandes enregistrées par l'enseigne principale est en léger recul en un an, tandis que les autres activités continuent leur progression : les *infomercials*, le partenariat avec Venteo, ainsi que les magasins, avec l'ouverture d'un 7^{ème} point de vente au mois de septembre à Strasbourg.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 3,5 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, en recul de 0,5 million d'euros sur un an.

TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre à fin septembre 2015 un chiffre d'affaires de 43,5 millions d'euros, une hausse marquée de + 11,5 % par rapport à la même période en 2014. L'ensemble de ses départements réalise de bonnes performances :

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.

L'activité Jeux est dynamisée en particulier par les ventes de *Chrono Bomb* en France comme à l'international et par la sortie de nouveautés (*Tresor Detector* et *Saut' Qui Peut*).

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

Enfin, l'activité Musique bénéficie des bons résultats de l'édition musicale (*NRJ Music Awards*, *Calogero*, etc.), tandis que l'exposition *Harry Potter* a attiré plus de 470 000 visiteurs.

Le résultat opérationnel courant ressort à 7,3 millions d'euros, en hausse de 1,4 million d'euros sur un an.

1.4.3 OFFRE PAYANTE¹

Chiffre d'affaires (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. %
Eurosport France	17,8	49,4	ns
dont Publicité	1,3	5,1	ns
dont Autres CA	16,5	44,3	ns
Chaînes Thématiques France	41,0	44,1	- 7,0 %
dont Publicité	5,4	5,4	0,0 %
dont Autres CA	35,6	38,7	- 8,0 %
Offre Payante	58,8	93,5	- 37,1 %

Résultat opérationnel courant (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. M€
Eurosport France	33,7	1,1	+ 32,6
Chaînes Thématiques France	(0,9)	(2,7)	+ 1,8
Offre Payante	32,8	(1,6)	+ 34,4

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 septembre 2015 à 58,8 millions d'euros, en baisse de 34,7 millions d'euros, le chiffre d'affaires d'Eurosport France n'étant plus consolidé aux deuxième et troisième trimestres.

Le résultat opérationnel courant intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France et affiche une croissance de 34,4 millions d'euros à 32,8 millions d'euros.

Eurosport France

La société Eurosport France reste consolidée dans les comptes du groupe TF1 jusqu'au 31 mars 2015, date à laquelle Eurosport SAS a acquis 100 % du capital de la société.

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.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2014, Eurosport France réalisait un chiffre d'affaires de 49,4 millions d'euros et un résultat opérationnel de 1,1 million d'euros.

¹ Source : MédiamatThématik (vague 29, janvier – juin 2015), univers offre payante, sauf pour le cumul chaînes payantes : Médiamat – à fin septembre 2015.

Chaînes Thématiques France

L'ensemble des chaînes payantes réalisent en France une part d'audience de 10,1 % à fin septembre 2015, vs. 10,8 % à fin septembre l'année 2014. L'offre payante fait face à la poursuite de la croissance des chaînes de la TNT gratuite.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'établit à fin septembre 2015 à 41,0 millions d'euros, soit une baisse de - 7,0 % sur un an (- 3,1 millions d'euros). Il est principalement affecté par l'arrêt de la chaîne Stylia depuis le 31 décembre 2014 (- 2,7 millions d'euros).

Les chaînes thématiques France enregistrent une perte opérationnelle de - 0,9 million d'euros, à comparer à une perte de - 2,7 millions d'euros un an plus tôt. Cette amélioration s'explique par la réduction de la base de coûts des chaînes payantes et par la fermeture de Stylia, légèrement déficitaire sur la période en 2014.

Dans le cadre de son partenariat avec Discovery Communications, le groupe TF1 a annoncé le 1^{er} octobre 2015 la finalisation du rachat de la participation de 20 % du groupe Discovery dans les chaînes Histoire, Ushuaïa et TV Breizh et détient depuis cette date 100 % du capital de ces trois chaînes (cf. note 15 des annexes aux états financiers consolidés condensés).

• 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 *Le petit JT*, premier journal destiné aux enfants. A fin juin 2015, 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 les neuf premiers mois de l'année. Cependant, la réduction des charges de la chaîne permet de stabiliser sa 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, a auditionné les représentants de la chaîne le 14 septembre et devrait rendre ses conclusions d'ici la fin de l'année 2015.

• 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 à fin juin 2015 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 cours des neuf premiers mois 2015. Sa rentabilité est également en amélioration sur un an, en raison du repositionnement éditorial de la chaîne et de l'optimisation de son coût des programmes.

• Histoire et Ushuaïa

Les chaînes Histoire et Ushuaïa réalisent à fin juin 2015 une part d'audience cumulée de 0,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Si les revenus de ces deux chaînes sont en hausse sur les neuf premiers mois de l'année, le chiffre d'affaires du pôle Découverte affiche toutefois un léger retrait sur la période, en raison de la fermeture de la chaîne Stylia le 31 décembre 2014. Le résultat opérationnel du pôle est quant à lui en progression sur un an.

A fin juin 2015, 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 tout au long de l'année, 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€)	9m 2015	9m 2014	Var. %
Holdings et Divers	0,0	7,3	- 100,0 %

Résultat opérationnel courant (M€)	9m 2015	9m 2014	Var. M€
Holdings et Divers	10,8	12,8	(2,0)

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

En 2015, le secteur n'a pas de chiffre d'affaires.

Le résultat opérationnel courant, désormais attribuable en totalité au résultat des entités immobilières, est égal à 10,8 millions d'euros.

1.5. Responsabilité sociétale

Solidarité

A l'occasion des Journées Nationales d'Action contre l'illettrisme, le groupe TF1 a participé lundi 7 septembre avec les autres membres fondateurs de l'association B.A.ba Solidarité (L'Oréal, Orange, SNCF, Manpower, La Poste et Publicis) à la convention de l'association. L'objectif de cette soirée était de sensibiliser les entreprises à cette réalité méconnue, et souvent taboue, et de définir les moyens d'action concrets à mettre en œuvre. Membre fondateur de B.A.ba Solidarité, le groupe TF1 est engagé sur cette thématique depuis 2013. 70 collaborateurs du Groupe accompagnent ainsi plus d'une trentaine de salariés du prestataire de ménage Samsic.

Diversité des parcours et des origines

HD1 a réalisé fin septembre 2015 le pilote d'une comédie issue d'un partenariat inédit. Cet épisode de 26 minutes de comédie intitulé « Zadig et ta mère » raconte avec humour et de façon décalée le quotidien de deux familles de milieux différents, contraintes de vivre ensemble au cœur d'un quartier populaire de banlieue.

Il résulte d'un partenariat entre HD1, PM, société de production partenaire de longue date de la fiction du groupe TF1, de la Fondation d'entreprise TF1 et du CGET (Commissariat Général à l'Égalité des Territoires).

Lancé en janvier 2015, ce projet a permis à quatre jeunes issus de quartiers sensibles d'être coachés aux techniques d'écriture par deux auteurs professionnels. Il aboutit aujourd'hui à la réalisation d'un pilote au casting prestigieux : Hélène de Fougerolles, Eric Berger, Marie Béraud, Tatiana Rojo, Gwendal Marimoutou, Emir Seghir, Emmanuel Patron et Sophie Boudre à la réalisation.

DJSI

Le groupe TF1 a été reconduit dans les indices Dow Jones Sustainability (DJSI) World et Europe, indices d'investissement socialement responsable les plus reconnus dans le monde. Les résultats sont en forte hausse sur les volets sociaux, environnementaux et achats responsables.

Solutions 2015 : mobilisation en amont de la COP21 à Paris

Au-delà des antennes, le groupe TF1 a poursuivi les actions menées avec ses partenaires dans la perspective de la COP21 par la diffusion en juillet 2015 d'un numéro du magazine de TF1 Publicité intégralement dédié au développement durable,

« Green Ref ». TF1 Publicité a également accueilli le 30 septembre le lancement de la version française du livre « Goodvertising », de Thomas Kosler, avec l'agence Sidièse qui en a assuré la traduction, et l'ADEME. Goodvertising fait la promotion d'une publicité à la fois créative et responsable.

La filiale TF1 Events a pris en charge l'organisation d'un événement pour le club PME Climat du Global Compact le 3 septembre. Des vidéos ont été réalisées pour permettre le lancement d'une plateforme dédiées aux PME françaises, porteuses d'innovations dans la lutte contre le changement climatique.

Les journaux télévisés de la chaîne TF1 ont renforcé leur couverture éditoriale autour de la thématique de la défense du climat : plus de 500 sujets à fin septembre ont traité du changement climatique, notamment sous un angle de solutions scientifiques, économiques, politiques ou citoyennes.

TFOU a lancé la 6^{ème} édition de son concours d'animation autour d'une nouvelle thématique : l'environnement « LE MONDE SERA PLUS BEAU, SI LA TERRE A MOINS CHAUD ». Pour cette 6^{ème} édition de son concours de talents TFOU d'ANIMATION, l'équipe artistique Jeunesse de TF1 s'inscrit dans une démarche citoyenne de sensibilisation des enfants au phénomène du réchauffement climatique. Co-organisée avec la SACD en partenariat avec Ushuaïa TV, l'édition 2015/2016 vise à promouvoir la protection de la planète et mobiliser les enfants.

Innovation

La Direction de l'innovation de TF1 et Epitech ont signé le 24 septembre 2015 un partenariat. Celui-ci consiste à lancer une « Prépa », pour accompagner les projets entrepreneuriaux des étudiants en 5^{ème} année à Epitech liés aux métiers de TF1. Les futurs créateurs d'entreprise seront accompagnés par les équipes du groupe TF1 qui leur apporteront une aide et un coaching dans plusieurs domaines : marketing, design, finance et juridique. Le groupe TF1 cherche ainsi à déceler les futures pépites dès leur création tout en accélérant le rythme de ses innovations.

Journées du patrimoine, plaisirs partagés !

2 620 personnes ont pu visiter TF1 les 19 et 20 septembre à l'occasion des Journées du patrimoine. Une cinquantaine de collaborateurs ont joué, avec enthousiasme, le rôle de « conférencier d'un jour ».

1.6. Point social

Au 30 septembre 2015, le groupe TF1 compte 2 572 collaborateurs en CDI contre 2 724 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 septembre 2015, l'action TF1 clôture à 12,55 euros, soit une hausse de 17,5 % par rapport au 30 septembre 2014.

Le CAC 40 est en hausse sur cette même période de 0,9 % et SBF 120 de 2,1 %.

Au cours des neuf premiers mois de l'année, l'action perd 1,3 %, dans le contexte d'une croissance de 4,3 % pour le CAC 40 et de 4,2 % pour le SBF 120.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 30 septembre 2015, de 2,7 milliards d'euros, identique à la capitalisation boursière du 31 décembre 2014, contre 2,3 milliards d'euros à fin septembre 2014.

1.8. Perspectives

Dans un contexte économique caractérisé par l'absence de signaux clairs de reprise et par une visibilité toujours faible, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait être stable au quatrième trimestre 2015.

1.9. Evolution du capital

A la suite de l'acquisition sur le marché d'actions propres dans le cadre du programme de rachat d'actions de TF1, le Conseil d'administration a décidé l'annulation de 1 482 183 actions.

Au 28 octobre 2015, le nombre d'actions s'élève à 210 501 567 et le nombre total de droits de vote exerçables à 209 013 985. Le capital est de 42 100 313,40 euros.

1.10. Gouvernance

Le Conseil d'administration de TF1 a arrêté le choix du successeur de Nonce Paolini dont le mandat de Président directeur général expirera au premier trimestre 2016.

Suivant l'avis de son Comité de Sélection et ayant conclu qu'il était préférable de ne pas dissocier les fonctions de Président et de Directeur général, le Conseil d'administration a choisi Gilles Pélisson pour exercer le mandat de Président directeur général.

Gilles Pélisson sera nommé Président directeur général le 17 février 2016, son entrée en fonction étant effective le 19 février 2016, le lendemain de la présentation des comptes de l'exercice 2015. Jusqu'à cette date, Gilles Pélisson se préparera à exercer ses nouvelles fonctions avec le concours de Nonce Paolini.

Le Conseil d'administration a vivement remercié Nonce Paolini pour ces neuf années passées à la tête du groupe TF1. Il a souligné l'importance du travail qu'il a accompli, avec un constant souci des relations sociales. TF1 a maintenu sa position de leader pendant une période très complexe marquée à la fois par une grave crise économique et par de grandes évolutions technologiques, réglementaires, concurrentielles ou commerciales.

Au cours de cette même séance, le Conseil d'administration a nommé Madame Catherine Dussart, administratrice indépendante, Présidente du Comité des Rémunérations. Il a également nommé Madame Fanny Chabirand, administratrice représentant les salariés, membre du Comité des Rémunérations.

Notice biographique de Gilles Pélisson

Agé de 58 ans, diplômé de l'Essec et de la Harvard Business School, Gilles Pélisson a dirigé Eurodisney et Accor, sociétés cotées importantes fournissant des services au grand public, ainsi que Noos et Bouygues Telecom, sociétés exerçant des activités régulées sur des marchés connaissant des évolutions technologies importantes. Gilles Pélisson a une grande expérience de l'international et a toujours veillé à la qualité des relations sociales. Il connaît bien TF1 dont il est administrateur depuis 2009.

2. Comptes consolidés condensés au 30 septembre 2015

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2015.09	2014.12	2014.09
Goodwill	6	431,6	473,8	473,8
Immobilisations incorporelles		112,4	108,3	105,1
Droits audiovisuels		52,7	46,8	44,5
Autres immobilisations incorporelles		59,7	61,5	60,6
Immobilisations corporelles		170,3	176,3	183,7
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	7	79,4	581,8	577,7
Actifs financiers non courants		35,0	29,2	21,8
Actifs d'impôt non courants		-	-	-
Total actifs non courants		828,7	1 369,4	1 362,1
Stocks et en-cours		736,8	694,3	738,4
Programmes et droits de diffusion		718,2	678,5	718,6
Autres stocks		18,6	15,8	19,8
Clients et autres débiteurs		948,0	1 136,6	1 118,9
Actifs d'impôt courants		8,3	15,0	14,2
Autres actifs financiers courants		3,8	7,3	3,8
Trésorerie et équivalents de trésorerie	11	238,9	501,4	439,1
Total actifs courants		1 935,8	2 354,6	2 314,4
Actifs d'activités en cours de cession	8	490,5	-	-
TOTAL ACTIF		3 255,0	3 724,0	3 676,5
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		234,8	497,0	436,3

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2015.09	2014.12	2014.09
Capital	9	42,4	42,3	42,3
Primes et réserves		1 610,2	1 548,4	1 549,2
Résultat consolidé de l'exercice		64,9	412,7	342,5
Total capitaux propres part du groupe		1 717,5	2 003,4	1 934,0
Participations ne donnant pas le contrôle		24,1	36,5	34,7
Total capitaux propres		1 741,6	2 039,9	1 968,7
Emprunts non courants	11	-	-	-
Provisions non courantes		50,4	48,4	47,4
Passifs d'impôt non courants		29,6	31,5	27,3
Total passifs non courants		80,0	79,9	74,7
Dettes financières courantes	11	4,1	4,4	2,8
Fournisseurs et autres créditeurs		1 393,3	1 566,5	1 598,7
Provisions courantes		35,9	33,3	31,6
Passifs d'impôt courants		-	-	-
Autres passifs financiers courants		0,1	-	-
Total passifs courants		1 433,4	1 604,2	1 633,1
Passifs d'activités en cours de cession		-	-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 255,0	3 724,0	3 676,5

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice au 30 septembre 2015	Exercice au 30 septembre 2014	3ème trimestre 2015	3ème trimestre 2014	Exercice 2014
Recettes publicitaires		1 082,2	1 093,1	307,5	323,2	1 575,5
Autres revenus		317,8	369,6	111,8	113,8	516,3
Chiffre d'affaires		1 400,0	1 462,7	419,3	437,0	2 091,8
Autres produits de l'activité		-	0,3	-	0,3	0,3
Achats consommés et variation de stocks		(723,5)	(816,6)	(231,6)	(215,0)	(1 119,1)
Charges de personnel		(239,7)	(237,2)	(71,8)	(74,2)	(332,4)
Charges externes		(245,2)	(264,0)	(75,1)	(91,4)	(362,4)
Impôts et taxes		(88,7)	(89,1)	(25,1)	(25,6)	(126,2)
Dotation nette aux amortissements		(40,8)	(41,0)	(13,3)	(12,4)	(55,4)
Dotation nette aux provisions		25,4	35,2	6,8	(2,8)	10,0
Autres produits d'exploitation		88,3	52,2	19,4	14,9	120,8
Autres charges d'exploitation		(69,0)	(71,8)	(19,1)	(21,8)	(110,9)
Résultat opérationnel courant		106,8	30,7	9,5	9,0	116,5
Autres produits opérationnels		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles	12	(15,0)	-	(3,1)	-	-
Résultat opérationnel		91,8	30,7	6,4	9,0	116,5
Produits sur endettement financier		0,9	0,8	0,2	0,3	1,2
Charges sur endettement financier		(0,1)	(0,1)	(0,1)	-	(0,1)
Coût de l'endettement financier net		0,8	0,7	0,1	0,3	1,1
Autres produits financiers		0,5	0,3	0,1	-	0,6
Autres charges financières		(0,8)	(0,1)	(0,2)	-	(0,3)
Impôt		(26,3)	(10,5)	(2,8)	(1,7)	(29,8)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	7	1,3	10,5	-	8,5	15,0
Résultat net des activités poursuivies		67,3	31,6	3,6	16,1	103,1
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession		-	315,4	-	5,2	315,9
Résultat net		67,3	347,0	3,6	21,3	419,0
attribuable au Groupe :		64,9	342,5	3,9	20,9	412,7
Résultat net des activités poursuivies		64,9	30,2	3,4	15,7	99,9
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	312,3	-	5,2	312,8
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		2,4	4,5	(0,3)	0,4	6,3
Résultat net des activités poursuivies		2,4	1,4	(0,3)	0,4	3,2
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	3,1	-	-	3,1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		211 374	211 366	210 764	211 396	211 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,31	0,15	0,02	0,08	0,47
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,31	0,14	0,02	0,07	0,47
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)		-	1,47	-	0,02	1,48
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)		-	1,47	-	0,03	1,47

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice au 30 septembre 2015	Exercice au 30 septembre 2014	Exercice 2014
Résultat net consolidé	67,3	347,0	419,0
Eléments non recyclables en résultat net			
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	(4,6)	(6,3)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	-	1,7	2,2
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Eléments recyclables en résultat net			
Réévaluation des instruments dérivés de couverture ⁽¹⁾	(2,9)	7,6	6,9
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	-	-	-
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	1,0	(2,7)	(2,5)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	0,5	0,4	0,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(1,4)	2,4	1,0
Total des produits et charges comptabilisés	65,9	349,4	420,0
<i>attribuable au Groupe</i>	63,5	344,9	413,7
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	2,4	4,5	6,3

⁽¹⁾ Dont en septembre 2015, recyclage en résultat des couvertures de flux de trésorerie pour -5,4 M€.

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto-contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2013	42,2	5,8	-	1 661,5	(5,8)	1 703,7	130,5	1 834,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	1,0	-	-	-	1,1	-	1,1
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,5	-	0,5	-	0,5
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(116,2)	-	(116,2)	(8,7)	(124,9)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total opérations avec les actionnaires	0,1	1,0	-	(115,7)	-	(114,6)	(8,7)	(123,3)
Résultat net consolidé	-	-	-	342,5	-	342,5	4,5	347,0
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	2,4	2,4	-	2,4
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	(91,6)	(91,6)
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2014	42,3	6,8	-	1 888,3	(3,4)	1 934,0	34,7	1 968,7

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto-contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2014	42,3	7,3	-	1 958,6	(4,8)	2 003,4	36,5	2 039,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	4,2	-	-	-	4,3	-	4,3
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,7	-	0,7	-	0,7
Rachat d'actions propres	-	-	(40,0)	-	-	(40,0)	-	(40,0)
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(317,3)	-	(317,3)	-	(317,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total opérations avec les actionnaires	0,1	4,2	(40,0)	(316,6)	-	(352,3)	-	(352,3)
Résultat net consolidé	-	-	-	64,9	-	64,9	2,4	67,3
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(1,4)	(1,4)	-	(1,4)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	2,9	-	2,9	(14,8)	(11,9)
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2015	42,4	11,5	(40,0)	1 709,8	(6,2)	1 717,5	24,1	1 741,6

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	Exercice au 30 septembre 2015	Exercice au 30 septembre 2014	Exercice 2014
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		67,3	31,6	103,1
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		38,2	37,3	50,1
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		24,1	21,9	31,5
<i>Immobilisations corporelles</i>		11,6	13,3	17,8
<i>Immobilisations financières</i>		-	-	(0,5)
<i>Provisions non courantes</i>		2,5	2,1	1,3
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(8,5)	(6,4)	(10,4)
Variations de juste valeur		1,1	0,2	(4,1)
Paiements fondés sur des actions		0,7	0,5	0,6
Résultat de cessions d'actifs		(33,4)	0,2	(31,0)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		13,1	(3,8)	(8,3)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		(0,1)	(0,2)	(0,2)
Sous-total		78,4	59,4	99,8
Coût de l'endettement financier net		(0,8)	(0,7)	(1,1)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		26,3	10,5	29,8
Capacité d'autofinancement		103,9	69,2	128,5
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(21,3)	(18,8)	(33,1)
Variation du BFR lié à l'activité		37,9	21,6	12,7
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		120,5	72,0	108,1
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(28,2)	(23,2)	(36,9)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		0,1	0,3	0,4
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(4,6)	(3,1)	(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>		36,4	262,4	307,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		(32,8)	(0,4)	(1,5)
Dividendes reçus		0,1	30,4	30,4
Autres flux liés aux opérations d'investissements		(1,4)	25,7	25,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(30,4)	292,1	316,1
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		4,3	1,1	1,6
Rachats et reventes d'actions propres		(40,0)	-	-
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)		(1,3)	(2,0)	(2,6)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		0,8	0,7	1,1
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(353,5)	(117,1)	(117,1)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		(263,4)	247,0	307,1
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies		498,2	191,1	191,1
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		(263,4)	247,0	307,1
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	11	234,8	438,1	498,2
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION :				
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	4	-	69,6	69,6
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession	4	-	(34,5)	(34,5)
Déconsolidation des activités en cours de cession	4	-	(35,1)	(35,1)
Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession	4	-	-	-

Notes annexes aux états financiers consolidés condensés

1. Faits marquants

1.1 Accord pour la cession de la participation de 49 % dans le groupe Eurosport

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 490,5 M€,
- 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€.

La réalisation de ces opérations est intervenue le 1^{er} octobre (cf. note 15 sur les événements post-clôture). Ce nouvel accord a mis un terme à compter du 22 juillet 2015 aux engagements réciproques antérieurs entre les deux groupes.

1.2 Cession d'Eurosport France

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 clos au 30 septembre, 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 septembre 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 28 octobre 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^{er} janvier 2015

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 septembre 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^{er} janvier 2015.

2015 | Comptes consolidés condensés au 30 septembre 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^{er} janvier 2015 sont :

Interprétation IFRIC 21 - taxes prélevées par une autorité publique : date d'application au 1^{er} 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^{er} 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^{er} 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
IFRS 15 : produits provenant de contrats avec les clients	1 ^{er} janvier 2018	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 ^{er} janvier 2018, avec une application anticipée autorisée. L'impact de cette norme est en cours d'évaluation.
IFRS 9 : instruments financiers, classification et évaluation des actifs financiers	1 ^{er} 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 ^{er} 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^{er} 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 arrêts intermédiaires 2014. A la date d'arrêt 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.

Pour rappel, le 30 octobre 2014, le groupe TF1 a cédé au groupe ITAS la totalité du capital de sa filiale OneCast spécialisée dans la diffusion pour les multiplex TNT.

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
Chiffre d'affaires	159,5
Charges d'exploitation	(133,7)
Résultat opérationnel	25,8
Coût de l'endettement financier net	0,1
Autres produits et charges financières	-
Impôt	(9,3)
Résultat net	16,4

Flux de trésorerie d'Eurosport International en cours de cession au 31 mai 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)
Total variation de trésorerie sur activité en cours de cession	(34,5)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION	
:	
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	69,6
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession	(34,5)
Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession	35,1

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 décideurs 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 (arrêt de cette activité à partir du 3 juillet 2015).

Ce secteur inclut également les activités dont les revenus non publicitaires sont directement générés par les programmes diffusés sur les antennes du Groupe tel 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		HOLDING ET DIVERS ⁽³⁾		TOTAL GROUPE TF1	
	2015.09	2014.09	2015.09	2014.09	2015.09	2014.09	2015.09	2014.09	2015.09	2014.09
COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL										
Chiffre d'affaires des secteurs	1 213,5	1 241,6	147,2	141,6	74,4	105,6	15,9	27,7	1 451,0	1 516,5
Eliminations opérations intersecteurs	(18,0)	(20,4)	(1,5)	(0,9)	(15,6)	(12,1)	(15,9)	(20,4)	(51,0)	(53,8)
CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE ⁽¹⁾	1 195,5	1 221,2	145,7	140,7	58,8	93,5	0,0	7,3	1 400,0	1 462,7
<i>Dont Chiffre d'affaires Publicitaire</i>	<i>1 075,5</i>	<i>1 082,6</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>6,7</i>	<i>10,5</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>1 082,2</i>	<i>1 093,1</i>
<i>Dont Chiffre d'affaires Autres</i>	<i>120,0</i>	<i>138,6</i>	<i>145,7</i>	<i>140,7</i>	<i>52,1</i>	<i>83,0</i>	<i>0,0</i>	<i>7,3</i>	<i>317,8</i>	<i>369,6</i>
RESULTAT OPERATIONNEL ⁽¹⁾	37,7	9,2	10,5	10,3	32,8	-1,6	10,8	12,8	91,8	30,7
% marge opérationnelle contributive Groupe	3,2%	0,8%	7,2%	7,3%	55,8%	-1,7%	N/S	N/S	6,6%	2,1%
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées ⁽²⁾	(0,1)	0,7	-	-	1,5	9,5	(0,1)	0,3	1,3	10,5

- 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 « Antennes et Contenus » : la quote-part de résultat correspond aux sociétés UGC Distribution et La Place Média ;
 - Secteur « Offre Payante » : la quote-part de résultat correspond principalement à Serieclub en 2015, à la société Eurosport SAS et ses filiales internationales en 2014 ;
 - Secteur « Holding et divers » : la quote-part de résultat correspond à la société Groupe AB.
- 3) En 2014, le chiffre d'affaires contributif du secteur Holding et divers provenait de OneCast, entité cédée en totalité le 30 octobre 2014.

6. Goodwill

La variation des goodwill à fin septembre 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 ⁽¹⁾	Groupe AB ⁽²⁾	Autres ⁽³⁾	Total
Pays	France	France	France	
1er janvier 2014	-	80,2	3,3	83,5
Quote-part de résultat	10,3	0,2	-	10,5
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	(6,7)	-	(6,7)
Variation de périmètre et reclassement	489,9	-	-	489,9
Provision pour risque	-	-	0,5	0,5
30 septembre 2014	500,2	73,7	3,8	577,7
1er janvier 2015	504,5	74,1	3,2	581,8
Quote-part de résultat	(0,3)	(0,1)	1,7	1,3
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	(14,2)	-	(0,2)	(14,4)
Variation de périmètre et reclassement	0,5	-	0,7	1,2
Provision pour risque	-	-	-	-
Reclassement IFRS 5	(490,5)	-	-	(490,5)
30 septembre 2015	-	74,0	5,4	79,4

(1) Au 30 septembre 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 septembre 2015 a été calculée sur la base du résultat du 4^{ème} trimestre 2014 et du résultat du 1^{er} semestre 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, au 1^{er} octobre 2015, de l'option de vente dont il dispose sur sa participation de 49 % détenue dans le Groupe Eurosport (cf. note sur les faits marquants de l'exercice).

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

9. Capital social et rachat d'actions

Les exercices de stock-options sur la période ont donné lieu à des augmentations de capital, 454 986 actions nouvelles ont ainsi été créées pour un montant s'élevant à 4,3 million d'euros (cf. tableau de variation des capitaux propres). Au 30 septembre 2015, le capital social de TF1 SA est composé de 211 983 750 titres.

Par ailleurs, conformément à l'approbation lors de l'Assemblée Générale du 16 avril 2015 du nouveau programme de rachat d'actions, TF1 a procédé au cours du troisième trimestre 2015 au rachat de 2 969 765 actions, pour un montant de 40,0 millions d'euros.

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

Dans le tableau de variation des capitaux propres, la ligne « autres opérations – changement de périmètre » s'analyse de la manière suivante :

- 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 pour - 14,8 millions d'euros correspond 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 :

(en millions d'euros)	2015.09	2014.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	238,9	501,4
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-	-
Trésorerie disponible	238,9	501,4
Juste valeur des instruments dérivés de taux	-	-
Emprunts long terme	-	-
Dettes financières à court terme	(4,1)	(4,4)
Endettement brut	(4,1)	(4,4)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) - activités poursuivies	234,8	497,0

Au 30 septembre 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 septembre 2015, aucun tirage n'a été réalisé auprès de Bouygues ;
- Par ailleurs, au 30 septembre 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)	2015.09	2014.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	238,9	501,4
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	-
Comptes courants de trésorerie passifs	(4,1)	(3,2)
Concours bancaires courants	-	-
Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie	234,8	498,2

12. Charges non récurrentes

Les autres charges opérationnelles, d'un montant de 15,0 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. Événements postérieurs à la clôture

Suite aux accords conclus le 22 juillet 2015 et décrits en note 1-1. « Faits marquants de l'exercice », TF1 a procédé au 1^{er} octobre :

- à la cession à Discovery Communications de sa participation de 49 % détenus dans le groupe Eurosport, pour un montant de 490,5 M€,
- au rachat auprès de Discovery Communications, de manière anticipée, des 20 % qu'il détenait dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa, pour un montant de 14,6 M€.

Calendrier prévisionnel

- **18 février 2016** : chiffre d'affaires et comptes annuels 2015
- **14 avril 2016** : Assemblée Générale des actionnaires
- **28 avril 2016** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2016

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 100 313,40 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Cedex – France
www.groupe-tf1.fr

Contacts :
Département Relations Investisseurs
Courriel : comfi@tf1.fr
