



LE GROUPE

Rapport d'activité
Premier semestre 2019

Rapport d'activité – 1^{er} semestre 2019

1. Information financière – 1^{er} semestre 2019.....	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants du semestre	5
1.3. Analyse des résultats consolidés.....	7
1.4. Information sectorielle	9
1.5. Perspectives.....	14
1.6. Evénements importants postérieurs à la clôture.....	14
1.7. Responsabilité sociétale de l'entreprise	15
1.8. Gouvernance	16
1.9. Point social	16
1.10. Performances boursières	16
1.11. Evolution du capital.....	16
1.12. Transaction avec des parties liées.....	16
1.13. Facteurs de risques.....	16
1.14. Calendrier prévisionnel	20
2. Comptes consolidés condensés du 1^{er} semestre 2019	21
2.1. Compte de résultat consolidé	21
2.2. Etat des produits et charges comptabilisés	22
2.3. Tableau des flux de trésorerie consolidés.....	23
2.4. Bilan consolidé (actif)	24
2.5. Bilan consolidé (passif).....	25
2.6. Tableau de variation des capitaux propres consolidés	26
2.7. Notes annexes aux états financiers consolidés.....	27
3. Rapport des commissaires aux comptes	36
4. Attestation du responsable du rapport financier semestriel.....	38

1. Information financière – 1^{er} semestre 2019

1.1. Résultats consolidés

Indicateurs financiers

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées du groupe TF1. Les résultats ci-après sont présentés selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019.

<i>En millions d'euros</i>	S1 2019	S1 2018
Chiffre d'affaires consolidé	1 145,2	1 083,6
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>836,0</i>	<i>812,4</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>309,2</i>	<i>271,2</i>
Résultat opérationnel courant	163,0	102,0
Résultat opérationnel	163,0	91,0
Résultat net part du Groupe	107,3	65,6
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net, produit de l'excédent financier net, charges d'intérêt sur obligations locatives et impôt décaissé	235,7	168,5
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,51	0,31
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,51	0,31
Total capitaux propres part du Groupe	1 576,0	1 510,5
Dette nette des activités poursuivies ¹	(28,7)	(122,2)
	S1 2019	S1 2018
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 153	209 878
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	9,26	9,03
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	1,95	1,90

¹ Avant prise en compte des obligations locatives (norme IFRS 16)

Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 telle que présentée en note 4 des notes annexes aux états financiers consolidés.

M€	T1 2019	T1 2018	T2 2019	T2 2018	S1 2019	S1 2018	Var.	Var. %
Chiffre d'affaires consolidé	553,7	499,3	591,5	584,3	1 145,2	1 083,6	61,6	5,7%
<i>Publicité groupe TF1</i>	394,9	368,7	441,1	443,7	836,0	812,4	23,6	2,9%
<i>Autres activités</i>	158,8	130,6	150,4	140,6	309,2	271,2	38,0	14,0%
Chiffre d'affaires consolidé	553,7	499,3	591,5	584,3	1 145,2	1 083,6	61,6	5,7%
Antennes	419,7	402,3	471,1	466,7	890,8	869,0	21,8	2,5%
<i>Dont publicité</i>	375,7	366,3	415,7	425,6	791,4	791,9	(0,5)	-0,1%
Studios et divertissements	93,5	97,0	75,3	88,8	168,8	185,8	(17,0)	-9,1%
Digital (Unify)	40,5	-	45,1	28,8	85,6	28,8	56,8	x3,0
Coût des programmes	(222,1)	(230,0)	(224,1)	(269,2)	(446,2)	(499,2)	53,0	-10,6%
Résultat opérationnel courant	62,9	39,0	100,1	63,0	163,0	102,0	61,0	x1,6
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	11,4%	7,8%	16,9%	10,8%	14,2%	9,4%	-	+4,8pts
Antennes	49,9	26,7	92,6	53,2	142,5	79,9	62,6	x1,8
Studios et divertissements	13,1	12,3	4,2	7,1	17,3	19,4	(2,1)	-10,8%
Digital (Unify)	(0,1)	-	3,3	2,7	3,2	2,7	0,5	18,5%
Résultat opérationnel	62,9	33,3	100,1	57,7	163,0	91,0*	72,0	x1,8
Résultat net part du Groupe	40,6	24,6	66,7	41,0	107,3	65,6	41,7	x1,6

* En 2018, le ROP intégrait 11,0 millions de charges non courantes liées à l'amortissement de droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Détail du coût des programmes

<i>En millions d'euros</i>	S1 2019	S1 2018
Total coût des programmes	446,2	499,2
Variétés / Jeux / Magazines	138,2	123,4
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	150,2	163,5
Information (incluant LCI)	70,2	69,1
Films	55,5	65,9
Jeunesse	5,3	4,3
Sports	26,9	72,9

1.2. Faits marquants du semestre

Janvier

10 Janvier 2019

Le groupe TF1 se classe en 20^{ème} position du Palmarès *Ethics and Boards 2018* de la Féminisation des Instances Dirigeantes, parmi les 120 grandes entreprises françaises du SBF 120. Il gagne ainsi quatre places au classement depuis 2017 et conserve sa place de premier groupe média, devant M6 (36^{ème}), Lagardère (42^{ème}) ou Bolloré (88^{ème}).

24 Janvier 2019

Le groupe TF1 et VIDEOFUTUR, opérateur fibre national, annoncent un nouvel accord de distribution global. Cet accord prévoit la distribution par VIDEOFUTUR d'une part de toutes les chaînes en clair de la TNT du groupe TF1 (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI), et d'autre part des services non linéaires associés à ces chaînes.

30 Janvier 2019

Le groupe TF1 entre en négociations exclusives avec Jérôme Dillard, ancien DG de Téléshopping, en vue de la cession de l'activité opérationnelle de télé-achat. Alors que le métier de la vente à distance est en profonde mutation, le groupe TF1 a décidé de se concentrer sur la diffusion des émissions de téléachat sur ses antennes. Jérôme Dillard s'est engagé à reprendre l'ensemble des équipes. De son côté, le Groupe TF1 s'est engagé à poursuivre la diffusion sur les cinq prochaines années.

Février

5 février 2019

Le groupe TF1 annonce la création de Unify, son nouveau pôle digital, qui rassemble les nouvelles activités digitales du groupe TF1 (hors OTT et *replay TV*) : le groupe Aufeminin (Aufeminin, Marmiton, MyLittleParis, etc.), Doctissimo, Neweb (Les Numériques, ZDNet, Paroles de Maman, etc.), Gamned!, Studio 71, Vertical Station et TF1 Digital Factory.

Présent dans 10 pays et rassemblant chaque mois plus de 100 millions de visiteurs uniques, Unify devient le premier groupe numérique construit autour de contenus fédérateurs, de productions originales, de talents, d'événements et de services dédiés aux thématiques féminines, santé et divertissement.

Unify se positionne aujourd'hui sur 3 activités : *Publishers, Brand Solutions et services, Social e-commerce*.

La création de ce pôle digital favorisera les synergies avec le groupe TF1 aussi bien sur le plan éditorial que commercial. Unify et TF1 Publicité pourront associer leur savoir-faire et leurs expertises pour apporter aux annonceurs des dispositifs cross media optimisés et inédits.

Mars

1^{er} mars 2019

Newen prend une participation majoritaire, à hauteur de 60 %, dans De Mensen, un des leaders de la production audiovisuelle en Belgique.

11 Mars 2019

Le groupe TF1 annonce la mise en œuvre à compter du 11 mars 2019, du rachat de ses propres actions comme autorisé par le Conseil d'Administration et conformément aux autorisations données par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 19 avril 2018. Ces actions seront destinées à être annulées.

26 mars 2019

Accord entre TF1 & Netflix autour de la série événement *Le Bazar de la Charité*. Premier partenariat de cette importance entre Netflix et un diffuseur français, cet accord initié par TF1 Studio, distributeur de la série pour le compte de Quad Télévision, permettra à Netflix de bénéficier pour une durée de quatre ans de l'exclusivité SVOD monde.

Avril

10 avril 2019

Le groupe TF1 annonce qu'il diffusera, en exclusivité, l'intégralité de la coupe du Monde de Rugby 2019 qui se déroulera du 20 septembre au 2 novembre au Japon. Pour la première fois, un seul groupe média diffusera la compétition en intégralité en clair. Le groupe TF1 montre une nouvelle fois sa capacité unique à proposer les plus grands événements au plus grand nombre.

11 avril 2019

Le groupe TF1 annonce avoir finalisé la cession de l'activité opérationnelle de télé-achat (*sourcing* de produits, commercialisation, production TV...) à

TF1 - Information financière – 1er semestre 2019

Jérôme Dillard, son ancien DG, entrepreneur indépendant, spécialiste reconnu du télé-achat, des produits de grande consommation, de la distribution spécialisée et de la relation clients.

Mai

23 mai 2019

François Pellissier devient Directeur Général de TF1 Publicité et des Sports du Groupe TF1 et intègre le Comité exécutif. Il succède à Régis Ravanas DGA Publicité et Diversification, ce dernier ayant souhaité quitter le Groupe. Il conservera le pilotage de la Direction des Sports du Groupe, en lien étroit avec Ara Aprikian, DGA Contenus.

Juin

24 juin 2019

TF1 et IP Belgium annoncent la signature d'un accord pour la commercialisation et la valorisation des espaces publicitaires de la chaîne TF1 en Belgique.

Cette nouvelle collaboration permettra à IP Belgium de proposer aux annonceurs belges une offre compétitive qui représente 13% de PDA¹ auprès du public belge. Les annonceurs pourront ainsi bénéficier d'un complément de couverture auprès de leurs cibles publicitaires et associer leurs marques à des environnements *premium* aux programmes engageants et fédérateurs.

¹Source CIM / Part d'audience PRA 18-54 / 17-23h 2018.

1.3. Analyse des résultats consolidés

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 telle que présentée en note 4 – secteurs opérationnels des notes annexes aux états financiers consolidés et selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 2019 du groupe TF1 s'élève à 1 145,2 millions d'euros, en hausse de 61,6 millions d'euros (dont 29% de croissance organique), soit +5,7% par rapport à 2018. Le chiffre d'affaires publicitaire s'établit à 836,0 millions d'euros en progression de 2,9% sur un an ; il regroupe à la fois les revenus publicitaires des Antennes ainsi que les revenus publicitaires du pôle Digital (Unify).

Coût des programmes et autres produits et charges d'exploitation

Coût des programmes

Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 446,2 millions d'euros sur le premier semestre, en baisse de 53,0 millions d'euros sur un an. Cette performance résulte à la fois d'une bonne maîtrise de la gestion du coût des programmes et de la diffusion, l'an dernier, de la Coupe du Monde de Football masculine. Certaines de ces économies seront réinvesties au cours d'un second semestre marqué par un *line-up* prometteur avec notamment la Coupe du Monde de Rugby, le programme événement *Mask Singer* ou encore la fiction *Le Bazar de La Charité*. Le Groupe réitère sa guidance d'un coût total des programmes à 990 millions d'euros en moyenne sur 2019-2020.

Autres charges, amortissements et provisions

Au premier semestre 2019, les autres charges, amortissements et provisions sont en hausse de 53,6 millions d'euros, principalement en lien avec la consolidation du groupe AUFEMININ depuis mai 2018 et les opérations de croissance externe complémentaires réalisées au 1^{er} semestre 2019 au sein des pôles Digital (Unify) et Production.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du premier semestre 2019 du Groupe s'élève à 163,0 millions d'euros, en progression de 61,0 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante est en augmentation significative ce semestre à 14,2%, en hausse de 4,8 points par rapport à l'année précédente.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel du premier semestre 2019 du Groupe s'établit à 163,0 millions d'euros. Pour rappel, il intégrait l'année dernière 11,0 millions d'euros de charges non courantes correspondant à l'amortissement des droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen.

Résultat net

Le résultat net part du Groupe du premier semestre 2019 s'établit à 107,3 millions d'euros, en croissance de 41,7 millions d'euros.

Structure financière

Au 30 juin 2019, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 576,0 millions d'euros pour un total de bilan de 3 368,9 millions d'euros.

Avant prise en compte des obligations locatives¹, le groupe TF1 affiche une dette nette de 28,7 millions d'euros au 30 juin 2019 (dette nette de 127,0 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives¹), contre une dette nette de 27,5 millions d'euros à fin décembre 2018 (dette nette de 130,9 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives¹). Le cash-flow généré par l'activité s'élève à 249 millions d'euros, en forte croissance sur un an, et a permis de couvrir le versement du dividende ainsi que le financement du développement de nos activités de production et de nos opérations de croissance externe.

Au 30 juin 2019, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 040 millions d'euros, dont 140 millions d'euros pour Newen Studios. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le Groupe

¹ Norme IFRS 16 entrée en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2019.

TF1 - Information financière – 1er semestre 2019

Bouygues. Au 30 juin 2019, les tirages ont été réalisés à hauteur de 108 millions d'euros pour Newen Studios.

1.4. Information sectorielle

Antennes

Chiffre d'affaires

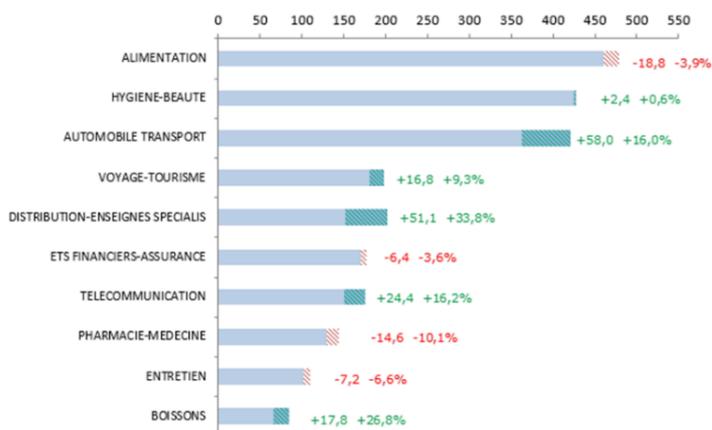
Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 890,8 millions d'euros, en progression de 21,8 millions d'euros (+2,5%).

Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes est stable sur le semestre à 791,4 millions d'euros (-0,1%) : la diffusion de la Coupe du Monde de Football masculine l'année dernière avait généré des revenus publicitaires exceptionnels. Les revenus publicitaires non linéaires continuent de progresser, tant en volume qu'en valeur.

Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en progression de 22,3 millions d'euros. Cette hausse résulte à la fois de la contribution incrémentale des revenus issus des accords signés avec les opérateurs de télécommunication et Canal+, ainsi que du produit issu de la revente de la totalité des droits sportifs pour la fenêtre payante de la Coupe du Monde de Football féminine à Canal +.

Sur le S1 2019, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 3,7% par rapport à 2018.

L'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) par secteur au S1 2019, pour les cinq chaînes en clair, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, S1 2019 vs. S1 2018.

Résultat opérationnel courant

¹ Source : Médiamétrie - Médiamat

Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 142,5 millions d'euros, en forte progression de 62,6 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante de 16%, en progression de +6,8 points sur un an soit son plus haut niveau depuis le premier semestre 2011. Semestre après semestre, le groupe TF1 démontre les vertus de la transformation de ses Antennes vers un modèle pérenne et générateur de valeur.

Marché des chaînes en clair¹

Au S1 2019, la durée d'écoute de la télévision reste à un haut niveau et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3h35, en retrait de 9 minutes sur un an via exclusivement la consommation en *live*. La consommation en différé (*catch-up TV* et enregistrement) est relativement stable sur un an (+1 minute). Sur la cible des Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans (FRDA<50), la durée d'écoute de la télévision s'élève à 3h16, en retrait de 14 minutes sur un an, principalement sur le *live*.

Ces données n'incluent pas la consommation en mobilité, c'est à dire sur les autres supports (ordinateurs, tablettes, smartphones, etc.) en *live* et en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile, tous supports confondus. Médiamétrie estime cette consommation en mobilité à 15 minutes.

Audiences des chaînes en clair²

Dans un marché très compétitif, le groupe TF1 continue de recueillir les fruits de sa stratégie multi-chaînes et de sa transformation éditoriale.

Le Groupe a en effet renforcé son leadership sur l'ensemble des publics clés et en particulier sur les cibles jeunes auprès desquelles les progressions sont les plus marquées. Ces performances témoignent ainsi de la capacité du groupe à déployer des propositions adaptées à tous les publics :

- 32,7% de part d'audience sur les FRDA<50 (+0,2 pt) ;
- 29,6% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,4 pt) ;

TF1

² Source : Médiamétrie

TF1 - Information financière – 1er semestre 2019

Avec 19,4% de part d'audiences au 1^{er} semestre 2019 sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, la chaîne TF1 maintient son écart de plus de 10 points avec son principal concurrent privé.

De plus, la chaîne TF1 affiche 44 des 50 meilleures audiences du semestre et ce dans tous les genres de programme (Information, Sport, Fictions Françaises, Divertissement, Cinéma et Séries US).

- **Divertissement** : TF1 détient le record d'audience de l'année à date avec la diffusion du *Monde des Enfoirés* le 8 mars dernier qui a rassemblé 9,4 millions de téléspectateurs (soit une part d'audience de 44% sur les 4+). De plus, le retour de *Koh-Lanta* (38% de part d'audience sur les FRDA<50 et 36% sur les 25-49 ans) et de *The Voice* (32% de part d'audience sur les FRDA<50 et 29% sur les 25-49 ans) complètent le podium des divertissements du trimestre.
- **Sport** : TF1 affiche les 10 meilleures audiences TV du mois de juin grâce à la diffusion de la coupe du Monde de Football Féminine de la FIFA. La meilleure audience a été enregistrée lors du ¼ de finale France/Etats-Unis avec 10,7 millions de téléspectateurs (49,6% de part d'audience en 4+ et 60% de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans.

En moyenne les 5 matchs de l'Equipe de France lors de la Coupe du Monde ont enregistré 9,9 millions de téléspectateurs sur TF1.
- **Fictions françaises** : TF1 affiche 18 fictions françaises dans le Top 50 des audiences du semestre avec la saison 2 des *Bracelets Rouges* ou encore *Alice Nevers le juge est une femme*. Par ailleurs, *Demain Nous Appartient*, diffusé quotidiennement la semaine en Access sur TF1, poursuit sa hausse mois après mois et réalise son record historique (hors été) à 27% de part d'audience sur les FRDA<50 (3,7 millions de téléspectateurs).
- **Séries étrangères** : la chaîne enregistre un fort succès de la 1^{ère} saison de la série *Manifest* avec en moyenne 41% de part d'audience sur les FRDA<50 et 34% de part d'audience moyenne sur les Individus âgés de 25 à 49 ans. Par ailleurs ce programme a attiré jusqu'à 1,2 million de téléspectateurs en différé.
- **Information** : les audiences des Journaux Télévisés sur TF1 demeurent à un niveau élevé (en moyenne, sur le 1^{er} semestre, 5,4 millions pour le 20h et 5,0 millions pour le 13h).

- **Cinéma** : la chaîne TF1 enregistre les 6 meilleures audiences du semestre avec notamment *Bienvenue chez les Ch'tis* (6,7 millions de téléspectateurs), *Alibi.com* (6,2 millions de téléspectateurs) et *Sully* (6,2 millions de téléspectateurs).

Chaînes TNT

Sur le premier semestre 2019, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI, maintient son leadership. Il rassemble 10,7 % de part d'audience sur les FRDA<50 (+0,5 point sur un an) et 9,8 % de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,5 point sur un an).

TMC

TMC est la 4^{ème} chaîne nationale sur les cibles commerciales et seul *leader* parmi les chaînes TNT sur les 4+. Sur le semestre, la chaîne affiche une part d'audience de 4,5% sur les FRDA<50 et sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,3 point sur un an sur chacune des cibles).

En *Access*, *Quotidien* est à des niveaux record et distance la concurrence. La saison 3 a rassemblé en moyenne 1,4 million de téléspectateurs, en progression par rapport aux deux précédentes saisons. Sur les cibles commerciales, l'émission affiche cette saison 11,2% de part d'audience auprès des Individus âgés de 25 à 49 ans (3^{ème} chaîne nationale) et 12,5% de part d'audience auprès des Individus CSP+ (4^{ème} chaîne nationale).

Enfin, en *prime-time*, la programmation *premium* a permis à la chaîne d'afficher de belles audiences avec les matchs de la Coupe du Monde de Football féminin qui ont rassemblé en moyenne 1,2 million de téléspectateurs sur TMC, dont le match record Suède/Etats-Unis avec 1,9 million de téléspectateurs (10% de part d'audience sur les individus âgés de 25 à 49 ans). Les films affichent également de belles performances avec *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ?* (2,9 millions de téléspectateurs) ou *Les visiteurs* (1,5 million de téléspectateurs).

TFX

La chaîne affiche une part d'audience stable sur un an sur les FRDA<50 et reste la 3^{ème} chaîne de la TNT sur cette cible.

Par ailleurs, la chaîne connaît toujours de bonnes performances sur les jeunes âgés de 15 à 24 ans avec les émissions de télé-réalité dont *10 Couples Parfaits*.

TF1 Séries Films

TF1 Séries Films affiche une part d'audience en progression de +0,1 point sur un an sur les FRDA<50 à 2,6%.

La chaîne dispose d'un *Access* particulièrement efficace, et *leader* des chaînes TNT HD, avec la série *Grey's Anatomy*.

LCI

Sur le 1^{er} semestre 2019, LCI a vu son audience grimper à 1% sur les 4+, hissant la chaîne au deuxième rang des chaînes d'information derrière BFMTV. LCI est la chaîne d'information qui a marqué la plus forte progression sur un an : +0,4 point sur les 4+.

La chaîne affiche de belles progressions sur quasiment l'ensemble de la grille :

- *La Matinale* a connu la plus forte progression des chaînes d'information sur les cibles publicitaires sur sa tranche :
 - +0,7 point sur les 25-49 ans
 - +1,4 point sur les CSP+

La Matinale est 2^{ème} chaîne d'information auprès des CSP+ sur le S1 2019 (4,3% de part d'audience).

- *24H Pujadas* continue d'être la chaîne d'information qui progresse le plus en un an : +0,4 point sur les 4+ (1,2% de part d'audience).

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe, etc.) est en hausse sur un an notamment sur la partie radio notamment grâce à de bonnes audiences sur le semestre.

TF1 Films Production¹

Au premier semestre 2019, la fréquentation progresse de +0,9 % à 104,6 millions d'entrées. Trois films enregistrent plus d'un million d'entrées en juin 2019, tous américains. Un seul film, américain, enregistrait plus d'un million d'entrées en juin 2018. Sur les 12 derniers mois écoulés, les entrées dans les salles sont estimées à 202,1 millions, en recul de 2,9 % par rapport aux 12 mois précédents.

La part de marché des films français est estimée à 39,2 % sur les six premiers mois de 2019 (41,9 %

sur la même période de 2018) et celle des films américains à 48,1 % (43,0% en 2018). Sur les 12 derniers mois, la part de marché des films français est estimée à 38,0 %, celle des films américains à 46,8 % et celle des autres films à 15,2 %. Deux films français sont présents dans le classement des 5 premiers films sur le premier semestre 2019 : *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* (2^{ème} position, sorti le 30 janvier) et *Nous finirons ensemble* (5^{ème} position, sorti le 1^{er} mai).

2 films co-produits par TF1 Films Production sont sortis en salle sur le T2 2019 :

- *Chamboul'tout* (sortie le 3 avril) : 0,7 million d'entrées ;
- *Just a gigolo* (sortie le 17 avril) : 0,3 million d'entrées.

Les 2 films sortis au T2 2019 totalisent près d'1 million d'entrées en salles. Pour rappel, les 5 films sortis sur le T2 2018 avaient réalisé 5,1 millions d'entrées (dont un film millionnaire : *Taxi 5* avec 3,7 millions d'entrées).

Au premier semestre 2019, les 5 films coproduits par TF1 Films Production sortis en salle totalisent 9 millions d'entrées (dont un film millionnaire : *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* avec 6,7 millions d'entrées), contre 9 films sortis au premier semestre 2018 qui avaient totalisé 19 millions d'entrées (dont 4 films millionnaires).

Sur le S1 2019, la contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires est en léger recul sur un an, tandis que le résultat opérationnel progresse légèrement.

TF1 Production

Sur le premier semestre 2019, TF1 Production a produit environ 270 heures de programmes vs 210 heures sur le premier semestre 2018. La hausse est principalement portée par la narration (*Plus Belles Vacances* pour TF1 et *Beauty Match* pour TFX) et le *scripted* (*Petits secrets en famille*). 59% des heures livrées sont destinées à alimenter l'antenne TF1 vs 63% à fin 2018.

La contribution de TF1 Production au chiffre d'affaires du Groupe enregistre une baisse sur un an, notamment en lien avec un mix genre moins favorable, et une faible hausse du résultat opérationnel courant sur un an.

e-TF1

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie digitale en lien avec les Antennes du Groupe et continue de s'adapter à l'évolution des usages comme en témoigne le lancement de la nouvelle version de

¹ Source : CNC

TF1 - Information financière – 1er semestre 2019

MYTF1. L'utilisation de la plateforme a été repensée pour offrir aux utilisateurs une nouvelle expérience de consommation vidéo avec un catalogue de plus de 8 500 heures (dont 2 500 heures en exclusivités) et des services enrichis. MYTF1 propose également une expérience optimisée pour les marques en offrant un inventaire publicitaire 100% vidéo (fin du display) et de nouveaux formats créatifs pour renforcer l'efficacité publicitaire, notamment à travers l'utilisation de la data récoltée auprès de ses 24 millions de profils inscrits, garantissant une meilleure expérience utilisateur.

MYTF1 réalise une bonne performance sur le deuxième trimestre 2019 avec 393 millions de vidéos vues¹, contre 336 millions un an auparavant, soutenue par des succès dans tous les genres : *Demain nous appartient*, *Manifest* (qui réalise le meilleur second différé historique), *Clem*, *Grey's Anatomy* et *10 couples parfaits*. Ceci conduit à une hausse du chiffre d'affaires publicitaire.

La contribution de l'interactivité est en diminution ce trimestre. En effet, la Coupe du Monde de Football de la FIFA avait généré de bonnes performances en 2018 qui n'ont pas été compensées cette année. Les performances du jeu *Les 12 coups de midi* sont également en recul.

Au 2^{ème} trimestre 2019, le chiffre d'affaires de e-TF1 est en hausse versus l'année dernière et son résultat opérationnel reste stable.

Chaînes Thématiques

L'ensemble des chaînes payantes réalise en France une part d'audience de 10,3 % au 1^{er} semestre 2019 sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, stable sur un an² (-0,1 point).

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques du groupe TF1 (TV Breizh, Ushuaïa, Histoire) est en légère augmentation au 1^{er} semestre 2019 et leur résultat opérationnel demeure stable.

TV Breizh

Pour la 5^{ème} vague consécutive, TV Breizh se classe en première position des chaînes thématiques avec une audience de 0,7% sur les Individus âgés de 4 ans et plus³ et enregistre en juin un record historique mensuel avec 0,9% de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus ainsi que sur la cible des FRDA<50⁴.

Cette performance réaffirme le succès de la programmation de la chaîne mêlant comédies et fictions policières avec notamment les bonnes performances de *Mentalist*.

Ushuaïa

Ushuaïa TV est la 4^{ème} chaîne de son univers de concurrence et voit son audience progresser pour la troisième vague consécutive (+11% en un an)³. Ceci témoigne de la pertinence de sa ligne éditoriale et de sa stratégie d'événementialisation de son antenne (mois des aventuriers en janvier, cycle forêts en mars, films engagés en mai...). La chaîne poursuit par ailleurs sa politique de partenariats autour d'événements organisés autour de la thématique environnementale (Deauville Green Awards, BiodiversiTerre, Forum Météo et Climat).

Histoire

La chaîne Histoire reste leader de la thématique « historique » et voit son audience progresser pour la 4^{ème} vague consécutive. Ses audiences sont en hausse en un an sur l'ensemble des cibles stratégiques (jusqu'à +68% auprès des individus CSP+).

Studios et Divertissements

Studios

Newen Studios

Ce trimestre, les émissions quotidiennes ont continué de très bien fonctionner comme *Demain Nous Appartient* qui a enregistré des records d'audiences (avec 25% de PDA moyenne sur la cible des FRDA<50) ou encore *Plus Belle La Vie*. Côté fiction, *Candice Renoir* a attiré 4,5 millions de téléspectateurs et la fiction unitaire *Le Voyageur* avec Eric Cantona 4,3 millions de téléspectateurs. Flux et animation ne sont pas en reste puisque *Ça ne sortira pas d'ici*, l'émission présentée par Michel Cymes a réuni en avril 11% des individus âgés de 4 ans et plus en moyenne et le long métrage d'animation *Le voyage du prince* produit par Blue Spirit a rencontré un bon accueil critique lors de sa projection au Festival d'animation d'Annecy. Enfin, *Undercover*, la série produite par De Mensen a rencontré de belles audiences sur la chaîne belge VRT, en rassemblant une part d'audience consolidée de 37,2%.

¹ Hors contenus d'information, hors contenus XTRA et sessions en direct. Source : eStat Médiamétrie – AT Internet – Orange.

² Médiamétrie – Médiamat.

³ Source : Médiamat/Thématik. Vague 37.

⁴ Médiamat/Thématik premium de juin 2019.

Le 1^{er} semestre a également été marqué par le développement à l'international de Newen. Outre l'acquisition au 1^{er} trimestre de la société De Mensen, acteur majeur dans la production audiovisuelle en Belgique, Newen a annoncé, le 11 juillet dernier, son intention d'acquérir la société canadienne Reel One¹, spécialisée dans la production et la distribution de téléfilms. Reel One constitue un actif à fort potentiel pour Newen, renforçant ses atouts dans les domaines de la production et de la distribution audiovisuelles.

TF1 Studio

Sur le 1^{er} semestre 2019, TF1 Studio a exploité sept films en salles (et deux en e-cinéma) contre 4 sorties salle l'année précédente. Les performances² des films ont été en demi-teinte : *Just a gigolo* (277 000 entrées), *Child's play* (186 000 entrées) et *Ni une ni deux* (78 000 entrées) sont en dessous de nos attentes tandis que *Roxane* (286 000 entrées) est en ligne. *Royal Corgi* a mieux performé, atteignant 855 000 entrées salle.

Les revenus de distribution sont en diminution sur un an : la progression des ventes TV ne parvient pas à compenser la baisse des ventes internationales qui avaient été marquées l'an dernier par la bonne performance de *L'Extraordinaire voyage du fakir*. Enfin les activités de VOD et de ventes de vidéos physiques sont, pour leur part, en baisse dans des marchés structurellement en recul.

Divertissement

TF1 Entertainment

Au 1^{er} semestre 2019, les performances de TF1 Entertainment sont en hausse avec un résultat opérationnel qui progresse plus rapidement que son chiffre d'affaires. Ces bonnes performances sont principalement liées à :

- Play Two : bonnes performances liées à l'exploitation de la tournée de Gims ainsi qu'aux ventes digitales de ses albums ;
- Games/Dujardin : succès pour le jeu *Burger Quiz* qui enregistre de fortes ventes et bon lancement du jeu *Limite/Limite* ;
- Licences : performances stables grâce aux redevances *Nickelodeon*, *Burger Quiz*, *Ushuaïa* et *Miraculous* qui viennent compenser la baisse des revenus liés à *The Voice* ;

Qui viennent plus que compenser :

- La Seine Musicale : le nombre de locations de la Grande Seine sont en baisse ;

¹ L'acquisition de Reel One par Newen est soumise à l'autorisation du Ministère du Patrimoine canadien dans le cadre de la Loi sur Investissement Canada.

- Musique/Spectacles : les performances sont en retrait du fait d'une comparaison défavorable par rapport au semestre précédent sur les partenariats artistes et spectacles.

Le 9 juillet 2019, TF1 a annoncé l'augmentation de sa participation à 51% dans le label musical Play Two. Ce mouvement illustre l'ambition du Groupe TF1 de constituer un partenaire de premier plan de l'industrie de la musique notamment au travers de l'exposition des talents de la scène française et internationale sur ses antennes et en s'appuyant sur ses activités musicales (TF1 Musique, TF1 Spectacle, Une Musique et STS, filiale en charge de la gestion de la Seine Musicale).

Digital (Unify)

L'activité de e-commerce communautaire poursuit sa croissance avec un nombre de box vendues en augmentation sur le semestre (+14% sur un an) avec notamment les belles performances de Gambettes Box et de Beautiful Box.

Sur l'activité édition de contenus digitaux, les sites du groupe continuent d'attirer une audience large à l'instar de Doctissimo qui a réalisé son record d'audience en comptabilisant pas moins de 13,8 millions de visiteurs uniques au mois de mai 2019. Enfin, l'activité marketing digital continue de se développer, en particulier avec Gammed! qui est en forte croissance sur le marché du programmatique.

Le premier semestre 2019 a également vu les premières synergies se mettre en place entre Unify et TF1 avec notamment un programme court diffusé quotidiennement sur TF1 et TMC en partenariat avec Marmiton *De l'astuce à l'assiette* ou encore une campagne publicitaire sur MYTF1 pour la marque Lancôme réalisée par Aufeminin en collaboration avec TF1 Publicité.

Les revenus d'Unify s'établissent à 85,6 millions d'euros sur l'ensemble du semestre pour un résultat opérationnel de 3,2 millions d'euros.

La seconde partie de l'année sera notamment marquée par le lancement d'une offre publicitaire unique à destination des annonceurs afin de leur proposer des campagnes à plus forte valeur ajoutée en s'appuyant sur l'ensemble des actifs et marques du groupe.

² CBO Box-office.

1.5. Perspectives

Les résultats du premier semestre 2019 confirment la capacité du groupe TF1 à améliorer sa rentabilité en faisant, d'une part, évoluer le modèle économique de son cœur de métier, et, d'autre part, en développant de nouveaux territoires de croissance.

Au cours du second semestre, le Groupe continuera à :

- Diffuser des programmes *premium* et fédérateurs ;
- Offrir une expérience client simplifiée et enrichie grâce notamment à la refonte récente de la plateforme OTT MYTF1 et de son déploiement sur les box des opérateurs ou encore le lancement prochainement attendu de Salto¹³ ;
- Renforcer notre positionnement dans les domaines de la production et de la distribution audiovisuelles ;
- Proposer à ses clients annonceurs des offres à plus forte valeur ajoutée grâce à l'exploitation de la data et la mise en œuvre des synergies avec la régie de Unify.

Le Groupe réitère les guidances suivantes :

- en 2019 :
 - o un objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres ;
- en moyenne sur 2019-2020 :
 - o un coût total des programmes de 990 millions d'euros ;
- en 2021 :
 - o un chiffre d'affaires du pôle Digital (Unify) d'au moins 250 millions ;
 - o un taux de marge d'EBITDA du pôle Digital (Unify) d'au moins 15% ;
 - o une amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés¹⁴ du groupe TF1 par rapport à celle de 2018.

1.6. Événements importants postérieurs à la clôture

Le groupe TF1 consolide son positionnement sur le marché français de la musique en augmentant sa participation dans la société Play Two

Le Groupe TF1 annonce sa montée au capital de Play Two et sa prise de participation majoritaire de 51%. Société de production musicale et de spectacles créée en octobre 2016 par Julien Godin et Sébastien Duclos, Play Two est devenu leader des labels indépendants français depuis 2017. La société accompagne les carrières d'artistes populaires comme *Gim's*, *MC Solaar*, *David Hallyday*, *Trois Cafés Gourmands*, *Kids United*.

Newen acquiert la société canadienne Reel One, l'un des leaders mondiaux de la production et de la distribution de téléfilms

Newen acquiert une participation majoritaire dans Reel One, acteur majeur de la production et de la distribution de fictions sur le marché nord-américain et international. Avec 90 % de ses revenus générés en dehors du Canada, Reel One est un acteur international en forte croissance sur le segment porteur des téléfilms et plus récemment des séries. Le groupe canadien développe, produit et commercialise des programmes pour les plus grandes chaînes américaines, européennes et internationales, ainsi que pour les plateformes SVOD. Les contenus créés et commercialisés par Reel One séduisent des millions de spectateurs dans le monde entier. Reel One constitue un actif à fort potentiel pour Newen, renforçant ses atouts dans les domaines de la production et de la distribution audiovisuelles.

Fondé en 2001 par Tom Berry, Reel One est domicilié à Montréal et possède des bureaux à Los Angeles, Londres, Toronto et Vancouver. Newen acquiert une participation majoritaire dans l'ensemble des activités

¹³ Soumis à l'autorisation de l'Autorité de la Concurrence.

¹⁴ ROCE = (ROC courant - impôt théorique + résultat des entités associées) de l'année N / moyenne des capitaux engagés sur les années N et N-1 avec capitaux engagés = capitaux propres y compris minoritaires + dette nette fin de période. Hors impact IFRS16, le ROCE du groupe TF1 s'élève à 8,8% en 2018.

de Reel One. La production canadienne sera quant à elle hébergée dans une filiale sous contrôle canadien (avec une participation minoritaire de Reel One). Tom Berry, qui demeure actionnaire minoritaire du groupe, est confirmé dans ses fonctions de CEO de Reel One au sein du groupe Newen.

L'acquisition de Reel One par Newen est soumise à l'autorisation du Ministère du Patrimoine canadien dans le cadre de la Loi sur Investissement Canada.

1.7. Responsabilité sociétale de l'entreprise

Les Objectifs du Développement Durable, fil rouge de la Semaine de l'Engagement à TF1

Du 8 au 12 avril s'est tenue à TF1 la 2nde édition de la « Semaine de l'Engagement », un temps fort de mobilisation des collaborateurs autour de la démarche d'engagement sociétal du Groupe « TF1 Initiatives ». Le thème général pour 2019 était la transition sociale et environnementale que doivent opérer les entreprises, avec en point de mire les ODD (Objectifs du Développement Durable) de l'ONU, pour 2030. Avec une animation chaque jour, des moments d'information, des partages inspirants et des ateliers de réflexion, les collaborateurs ont pu comprendre les enjeux et engager une réflexion sur l'intégration de ces problématiques dans leurs métiers. Les animations étaient une exposition photo sur les ODD et la création participative d'un « arbre des ODD » en partenariat avec Sparknews, la remise des prix Coup de Cœur à 10 collaborateurs engagés à titre personnel dans une association, la diffusion de courts métrages primés au Festival *Le Temps Presse* avec le concours de Ushuaïa TV, une Master Class Engagement sur le thème de "Les médias peuvent-ils changer le monde ? ». Enfin, l'équipe Innovation TF1 a mis ses compétences en développement informatique au service de l'accessibilité des sites web du Groupe et de l'application de l'association *Entourage* qui met en relation des riverains pour venir en aide aux SDF de leur quartier.

« L'Étincelle », un film pour retracer l'histoire des luttes pour les droits des personnes LGBTQ

A l'occasion de la journée internationale de lutte contre l'homophobie et la transphobie, Histoire et TF1 Initiatives ont invités les collaborateurs à l'avant-première du documentaire *L'Étincelle, une histoire des luttes LGBTQ*. Le film, écrit et réalisé par Benoît Masocco et produit par Capa, raconte l'histoire des personnes lesbiennes, gays et trans qui ont vécu la répression des années 60, la libération sexuelle des années 70, la tragédie du Sida des années 80 avant de lutter pour le droit au mariage dans les années 2000... De New York à Paris, de San Francisco à Amsterdam, des témoignages inédits et des archives font revivre ces moments de lutte, de fête et de colère. Le film a été multi-diffusé sur la chaîne Histoire à partir du 24 juin. Cette projection prolonge l'engagement de

TF1 dans la lutte contre toutes les discriminations. Pour rappel, le Groupe a signé en 2015 la Charte contre les discriminations liées à l'orientation et l'identité sexuelle portée par l'association *L'autre Cercle*.

Des start-up « MediaForGood » lors de la 4^{ème} édition de Viva Technology

La 4^{ème} édition de Viva Technology, le grand rendez-vous mondial des start-up et des leaders de l'innovation, s'est déroulée du 16 au 18 mai à Paris. Partenaire historique de l'événement, le groupe TF1 a mis en lumière dans l'espace Media Lab TF1, 4 start-up répondant à la fois aux enjeux de transformation du Groupe et aux attentes sociétales. Ces start up, FACIL'iti, Good-Loop, Guiti News et Le Drenche dédient entièrement leur démarche et leur innovation au "Positive Impact". FACIL'iti est une solution d'accessibilité numérique innovante, qui équipe désormais les sites de MyTF1 et LCI.fr.

Good-Loop est la première plateforme qui donne 50% de l'argent récolté en diffusant des publicités vidéo à des associations pertinentes. Les marques obtiennent ainsi un engagement publicitaire plus important, de l'ordre de 50 à 70%.

Guiti News est le premier média franco-réfugiés qui parle de l'immigration autrement. Chaque article est écrit en binôme par un journaliste français et un journaliste réfugié. Guiti News mène aussi des actions de sensibilisation aux médias et à la liberté de la presse auprès des jeunes.

Le Drenche est un média qui permet de se forger sa propre opinion et de mieux comprendre la diversité des points de vue. Sur chaque sujet le Drenche publie deux tribunes divergentes, chacune écrite par des personnes engagées et compétentes. Le Drenche contribue déjà aux contenus digitaux de LCI.fr.

Ruches à TF1 : un engagement pour préserver la biodiversité en milieu urbain

Courant mai, 4 ruches ont été installées sur la terrasse de l'un des deux bâtiments du Siège social de TF1 à Boulogne. Le groupe TF1, comme les autres filiales du groupe Bouygues, est soucieux de sensibiliser les collaborateurs à la protection de la biodiversité et notamment à la sauvegarde des

TF1 - Information financière – 1er semestre 2019

abeilles de façon active et responsable. L'abeille, comme les autres insectes pollinisateurs, est vitale. C'est le seul visible par l'homme, dont il peut observer le déclin. Aussi, la ruche en entreprise est un outil de sensibilisation permettant aux collaborateurs de s'intéresser à ce problème majeur. L'entretien des ruches donnera lieu à des animations pour les collaborateurs.

1.8. Gouvernance

L'Assemblée Générale du 18 avril 2019 s'est prononcée en faveur du renouvellement, pour une durée de trois ans, des mandats d'administrateurs de Pascaline de Dreuzy, Gilles Péliesson et Olivier Roussat. Elle a également voté en faveur de la nomination de Madame Marie Allavena en qualité d'administratrice indépendante, pour une durée de trois années.

Enfin, le Conseil d'Administration a confirmé Gilles Péliesson, Président Directeur général du groupe TF1 pour une durée de trois ans, suite au renouvellement de son mandat d'Administrateur.

1.9. Point social

Au 30 juin 2019, le groupe TF1 compte 3 138 collaborateurs en CDI.

1.10. Performances boursières

Au 28 juin 2019, l'action TF1 clôture à 9,26 euros, soit une hausse de 30,8 % depuis le début de l'année. Le CAC 40, le SBF 120 et l'Euro Stoxx Europe 600 Media connaissent respectivement sur cette même période une hausse de 17,1%, de 16,3% et de 11,4%.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 28 juin 2019, de 1,950 milliard d'euros contre 1,486 milliards d'euros à fin 2018.

1.11. Evolution du capital

	Situation au 30 juin 2019		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,6%	43,7%
Salariés TF1	16 708 317	7,9%	7,9%
<i>dont FCPE TF1 (3)</i>	16 377 974	7,8%	7,8%
<i>dont salariés au nominatif (4)</i>	330 343	0,2%	0,2%
Flottant	101 587 460	48,2%	48,3%
<i>dont flottant étranger (1)</i>	60 989 230	29,0%	29,0%
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	40 598 230	19,3%	19,3%
Autodétention	415 251	0,2%	0,0%
Total	210 657 325	100,0%	100,0%

- (1) Estimations relevé Euroclear.
- (2) Incluant les porteurs non identifiés.
- (3) Actionnariat salarié au sein du plan d'épargne d'entreprise : le fonds commun de placement d'entreprise - FCPE TF1 ACTIONS - recueille l'épargne volontaire des collaborateurs et l'abondement versé par l'entreprise. Il est investi en actions TF1 par achat direct sur le marché. Le Conseil de Surveillance du FCPE TF1 Actions exerce les droits de vote attachés aux titres de capital détenus dans le portefeuille et décide de l'apport de titres en cas d'offre publique.
- (4) Pour les salariés détenant des actions sous la forme nominative, le droit de vote s'exerce individuellement.

1.12. Transaction avec des parties liées

Il n'y a pas eu d'évolution significative concernant les parties liées depuis la publication du Document de référence de TF1, déposé le 7 mars 2019 auprès de l'AMF (D.19-0121) hormis la variation du compte courant de trésorerie avec l'entité Bouygues Relais.

1.13. Facteurs de risques

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

Depuis la publication des principaux risques et de la politique de gestion mise en place face à ces risques (pages 59 à 71 du Document de référence de TF1 n°D.19-0121), des précisions sont apportées sur les points suivants :

Diffusion des programmes de TF1 – risque d'interruption du transport du signal et risque d'inexécution

Descriptif du risque

Les programmes de TF1 sont désormais diffusés auprès des foyers français :

- par voie hertzienne en TNT HD en clair (sur le multiplex R6) ;
- par satellite en numérique HD ;
- par câble en numérique SD/HD ;
- par ADSL et par fibre optique, le cas échéant en numérique SD/HD par tous les fournisseurs d'accès Internet Orange, Free, SFR, Bouygues Telecom.

Sur la TNT, TDF est de loin le principal opérateur national de diffusion du signal de télévision et il n'existe pas en l'état d'offres réellement alternatives comparables au réseau et moyens techniques de TDF.

TF1 se trouve ainsi placée dans une situation de dépendance pour la diffusion de son signal. En effet, l'émergence d'opérateurs de diffusion alternatifs ne permet pas aujourd'hui de s'affranchir de TDF pour l'hébergement des équipements de diffusion. En cas de défaillance du réseau TDF, TF1 ne peut faire appel à d'autres modes de transport terrestre lui permettant de couvrir de manière rapide et économiquement acceptable l'intégralité de son territoire de diffusion.

Le préjudice que pourrait subir TF1 en cas d'arrêt d'un émetteur est proportionnel au bassin de téléspectateurs desservi par l'émetteur défaillant. C'est pourquoi TF1 a négocié pour sa diffusion numérique des délais très brefs d'intervention des services de TDF en cas de panne et demandé le renforcement de mesures de secours.

Sur les offres opérateurs, TF1 est dépendant des moyens techniques mis en œuvre par ces premiers et de leurs process de supervision/maintenance.

Gestion du risque

La variété des réseaux alternatifs à la TNT (satellite, câble, ADSL et fibre) et des opérateurs permet de minimiser l'impact des défaillances éventuelles du réseau TNT, ces réseaux étant déconnectés les uns des autres et utilisant des ressources propres.

Cyber-attaques

Descriptif du risque

Les cyber-attaques ayant impacté ces dernières années Sony Pictures et TV5 Monde ont conduit TF1 à réévaluer les menaces extérieures pouvant déstabiliser sa diffusion et plus généralement son activité. TF1 constate que les tentatives d'intrusion au sein des systèmes d'information des entreprises sont désormais récurrentes. C'est pourquoi elle a encore renforcé son seuil de vigilance et travaille

de manière constante à la sécurisation de ses sites, activités et infrastructures.

Gestion du risque

Pour prévenir le risque de cyber-attaques, des audits sécurité sont menés par des sociétés externes, afin d'identifier d'éventuelles faiblesses dans les contrôles d'accès, étant rappelé que la sécurité absolue n'existe pas et que les formes d'« attaque » des systèmes évoluent continuellement. Des plans d'actions pour renforcer la protection des infrastructures de diffusion du Groupe ont été mis en œuvre ainsi que des dispositifs de gestion des éventuels incidents (plan de réponse en cas d'intrusion notamment), afin d'ajuster en permanence les sites et les systèmes d'information tout en veillant à l'intégration de l'ensemble des systèmes externes dans la gestion des correctifs.

Le Groupe TF1 dispose d'une assurance qui, en cas d'occurrence du risque, permet de gérer la crise et de couvrir les conséquences d'une cyber-attaque affectant le Groupe TF1 pour des montants de garantie adaptés aux risques encourus.

Risques liés à la croissance de la télévision numérique terrestre et au développement d'internet et des nouveaux supports

Descriptif du risque

TF1 évolue dans un contexte concurrentiel en mutation permanente.

Cette situation s'est accélérée depuis 2005 :

- le développement de la TNT, y compris le lancement de six nouvelles chaînes fin 2012, a largement contribué à la fragmentation de l'audience des chaînes historiques ;
- une évolution des comportements de consommation, notamment au travers du développement des offres de chaînes en clair et avec la progression de la consommation de télévision « délinéarisée » (du fait du développement de la télévision connectée et des contenus vidéo sur mobiles ou tablettes), et surtout l'arrivée des opérateurs SvoD dont Netflix, Amazon Prime, et bientôt Disney + ont des impacts sur le temps consacré aux activités de télévision linéaire (baisse de la durée d'écoute individuelle) ;
- au-delà de la fragmentation de l'audience, l'accroissement du nombre de chaînes pourrait contribuer à installer une certaine tension inflationniste sur le marché des droits, en particulier s'agissant des contenus puissants et attractifs comme les séries.

Dans ce contexte d'élargissement de l'offre télévisuelle en clair, la part d'audience de TF1 a été mécaniquement affectée mais a néanmoins bien résisté : alors que le nombre de chaînes en clair a

TF1 - Information financière – 1er semestre 2019

été multiplié par quatre depuis 2004, et que les plateformes SvoD se renforcent la part d'audience de TF1 sur les « Individus âgés de quatre ans et plus » est passée de 31,8 % en 2004 à 20,2 % en 2018.

Si la durée d'écoute de la télévision marque une baisse récurrente, celle-ci est partiellement compensée par la consommation en différé (catch-up TV et enregistrement) ; or, les données actuelles 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, (Médiamétrie estimant cette consommation délinéarisée à 10 minutes en 2018). Il est important de faire évoluer la mesure TV pour mieux suivre la consommation et la réalité des usages ; un projet d'intégration au Médiamat, de l'audience hors domicile tous écrans, dès janvier 2020, devrait permettre de mieux valoriser ces nouvelles utilisations de nos contenus.

TF1 rappelle qu'elle réalise 91 des 100 meilleures audiences de l'année 2018, et que le groupe TF1, y compris ses chaînes de la TNT, réalise une part d'audience de 27,7 % sur les « Individus âgés de quatre ans et plus ».

Gestion du risque

Le risque de fragmentation continue subie par TF1 est limité par la montée en gamme de ses chaînes TNT et par leur complémentarité renforcée, ainsi que le passage en clair de LCI en 2016, qui lui permettent de limiter l'impact sur sa chaîne *premium*.

Dans ce contexte, le Groupe conforte la position de sa chaîne leader TF1 :

- en construisant une offre globale cohérente au travers de ses Antennes en clair et grâce à la puissance de ses programmes ;
- en se positionnant comme un acteur majeur de la TNT grâce à son portefeuille de quatre chaînes complémentaires (TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI) ;
- en optimisant, d'une part, l'acquisition des programmes destinés à sa chaîne *premium*, ainsi qu'à ses chaînes TNT, au travers d'une organisation transversale garantissant une meilleure adéquation entre les besoins des Antennes et les achats et, d'autre part, l'utilisation et la circulation des droits acquis dans le respect des engagements pris ;
- en améliorant la maîtrise de TF1 sur la chaîne de valeur grâce à la production interne d'une partie de ses programmes via sa filiale de production (TF1 Production) ;
- en adaptant sa politique commerciale au nouveau contexte concurrentiel, en particulier au travers de la commercialisation de ses écrans puissants ;
- et enfin, en plaçant le site Internet MYTF1 parmi les premiers sites média français.

Par ailleurs, TF1 se positionne sur le marché de la télévision connectée avec des investissements raisonnables. Le Groupe signe entre autres des partenariats avec des constructeurs. Il accompagne ses publics sur les nouveaux usages (notamment Twitter, Facebook) en proposant des expériences d'interactivité aux téléspectateurs sur certains programmes phares de sa chaîne *premium* (*Danse avec les Stars* ; *The Voice* ; *élection de Miss France*).

La personnalisation de l'expérience du téléspectateur concerne également la publicité. La publicité segmentée consiste à substituer en temps réel un spot publicitaire par un autre en TV linéaire en fonction du profil du téléspectateur (données de géolocalisation, socio-démographiques, centres d'intérêt), dans le respect des dispositions du RGPD (règlement européen sur la protection des données), comme cela se pratique sur les supports digitaux. A cette fin, TF1 Publicité digitalise son inventaire grâce à la mise en place de la plateforme La Box Entreprises. Le SNPTV (Syndicat National de la Publicité Télévisée), dont TF1 Publicité est membre, accompagne, avec les représentants des opérateurs de télécommunication, la finalisation des spécifications techniques sur les modalités de décrochage de la publicité, et œuvre à l'évolution réglementaire en faveur de la publicité segmentée dans le cadre de la réforme de l'audiovisuel prévue par le Gouvernement pour 2020.

Enfin, compte tenu de la poursuite de l'adaptation des mesures d'audience de la télévision, qui a débuté en 2011, la mesure d'audience, à fin 2020, sera enrichie de la consommation live et replay de la télévision sur ordinateurs, tablettes et smartphones.

Ces nouvelles mesures d'audience permettront d'atténuer le risque de fragmentation en intégrant une part de consommation du média dont l'évolution est croissante.

Risques liés à la demande de rémunération du signal et des services associés du programme TF1 (TF1 premium)

Le Groupe TF1 a finalisé en 2018 ses contrats TF1 Premium pour plusieurs années avec les principaux distributeurs de France métropolitaine, SFR, Bouygues Telecom, Orange, Free, et Groupe Canal +. Le Groupe adapte ainsi son modèle économique à l'évolution digitale du marché.

Le Groupe TF1 doit veiller au respect d'un dispositif de non-discrimination, et suivra avec attention le cadre juridique et réglementaire de ce nouveau modèle, toute évolution étant susceptible de l'impacter pour l'avenir.

Risques liés au droit de la concurrence

Décision de l'ADLC du 25 avril sur la plainte de M6 (abus de position dominante de TF1) sur le marché de la publicité TV

Rappel : La société M6 avait saisi l'Autorité de la concurrence, en avril 2014, au sujet de pratiques mises en œuvre par le groupe TF1, qu'elle estimait contraires au droit de la concurrence.

Cette plainte visait (i) l'octroi de rabais par TF1 Publicité qui serait conditionné à l'engagement des annonceurs d'investir sur la chaîne TF1, une part très importante de leurs budgets publicitaires, ainsi que (ii) la commercialisation couplée -par TF1 Publicité- des espaces publicitaires des chaînes TF1, TF1 Séries Films et Numéro 23 qui serait constitutive d'un abus de position dominante.

A l'issue d'une phase d'instruction de deux ans, les services d'instruction de l'Autorité ont proposé au collège de rejeter la saisine de M6 pour « absence d'éléments probants ». L'Autorité de la concurrence a néanmoins décidé de renvoyer l'affaire à l'instruction afin, notamment, d'étudier de façon plus détaillée les rabais octroyés par TF1 Publicité.

Suite à ce complément d'instruction, les services d'instruction ont établi une nouvelle proposition de non-lieu en octobre 2018 écartant tout effet anti-concurrentiel des pratiques dénoncées par M6.

Par sa décision n°19-D-07 du 25 avril 2019, l'Autorité a considéré que les pratiques dénoncées n'étaient pas établies et décidé qu'il n'y avait pas lieu à poursuivre la procédure.

L'Autorité a souligné dans sa décision une forte évolution de la dynamique concurrentielle du secteur de la publicité télévisuelle au cours des 10 dernières années, et observé que TF1 Publicité, « ne dispose plus aujourd'hui de la même puissance économique que celle dont elle disposait en 2010 » lors de la décision TMC-NT1 (TFX).

Plainte de groupe Canal+/ TF1, M6 et France Télévisions – Décision de l'Autorité de la Concurrence du 27 mai 2019 – appel par Groupe Canal +

Rappel : le Groupe Canal + avait saisi, le 9 décembre 2013, l'Autorité de la Concurrence, de certaines pratiques prétendument mises en œuvre par TF1, France Télévisions et M6 dans le secteur de l'acquisition de droits relatifs aux « œuvres cinématographiques d'expression originale française » dite de « catalogue ».

Au terme de l'instruction, TF1, FTV et M6 avaient reçu de l'Autorité, le 23 février 2018, une « notification de griefs » aux motifs que les droits de

premier et dernier refus, figurant dans les contrats de coproduction de films EOF conclus par chaque groupe, auraient pour effet cumulatif potentiel de fermer l'accès à un marché défini comme le « marché des films de catalogue EOF préfinancés par les chaînes en clair ».

Toutefois, après avoir pris connaissance des observations déposées par TF1, M6 et France Télévisions, les rapporteurs ont proposé à l'Autorité de la concurrence d'abandonner le grief notifié ; l'Autorité a ainsi rejeté la saisine de Groupe Canal +, et mis fin à cette procédure, le 27 mai dernier.

L'Autorité a écarté les griefs, considérant notamment qu'il y avait un caractère substituable entre les différentes natures de films (films préfinancés et non-préfinancés, films de patrimoine, ...) et qu'au regard du volume de films disponibles (de l'ordre de 10 000 films dont seulement 1688 préfinancés par les groupes historiques et soumis à droits de priorité et de préemption), il n'y avait « aucun effet actuel de verrouillage ».

Groupe Canal + a toutefois déposé au greffe de la Cour d'Appel de Paris, le 2 juillet 2019, un recours contre cette décision.

Protection des données des usagers

Services numériques de e-TF1

Les sites et applications édités par e-TF1 sont conformes à l'ensemble des dispositions légales applicables en matière des données personnelles. La politique de confidentialité à propos des données personnelles des usagers est en ligne sur tous les actifs numériques et fait l'objet d'une souscription expresse lors de l'inscription. e-TF1 procède régulièrement à des vérifications du respect de la recommandation relative aux cookies et aux autres traceurs visés par l'article 32-II de la loi du 6 janvier 1978 (la « Délibération »), notamment sous forme d'audits techniques des cookies/traceurs déposés lors de la visite des services de communication électroniques édités par e-TF1 (sites Web/mobile et applications) en vue de leur mise en conformité. De même, e-TF1 s'attache dans les contrats passés avec ses partenaires technologiques, éditeurs, ou publicitaires à faire respecter la réglementation associée à la protection des données des usagers. Les services de communication en ligne (sites Internet) édités par e-TF1 sont désormais dotés d'une politique relative aux cookies. De plus, e-TF1 a mis en place des dispositifs techniques permettant directement aux usagers de désactiver les cookies tiers.

1.14. Calendrier prévisionnel

- **30 octobre 2019** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2019

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

2. Comptes consolidés condensés du 1^{er} semestre 2019

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes. Ils sont établis selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019.

2.1. Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2019	1er semestre 2018 ⁽¹⁾	2ème trimestre 2019	2ème trimestre 2018	Exercice 2018 ⁽¹⁾
Recettes publicitaires		836,0	812,4	441,1	443,7	1 662,2
Autres revenus		309,2	271,2	150,4	140,6	626,1
Chiffre d'affaires	5	1 145,2	1 083,6	591,5	584,3	2 288,3
Autres produits de l'activité		19,4	24,3	7,0	5,9	44,7
Achats consommés et variation de stocks		(452,0)	(461,4)	(226,3)	(247,7)	(957,7)
Charges de personnel		(236,5)	(210,7)	(126,0)	(116,4)	(470,7)
Charges externes		(198,7)	(187,1)	(103,3)	(100,0)	(396,3)
Impôts et taxes		(66,8)	(67,6)	(32,5)	(34,2)	(132,7)
Dotation nette aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles		(111,2)	(111,3)	(51,6)	(54,7)	(213,0)
Dotations nettes aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		(9,4)	(7,9)	(4,6)	(4,1)	(17,1)
Dotation nette aux provisions		6,4	(16,4)	1,2	(8,2)	(70,6)
Autres produits d'exploitation		121,5	120,5	74,9	71,0	253,5
Autres charges d'exploitation		(54,9)	(64,0)	(30,2)	(32,9)	(129,6)
Résultat opérationnel courant		163,0	102,0	100,1	63,0	198,8
Autres produits opérationnels		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles		-	(11,0)	-	(5,3)	(22,0)
Résultat opérationnel		163,0	91,0	100,1	57,7	176,8
Produits sur endettement financier		0,2	0,2	0,2	0,1	0,2
Charges sur endettement financier		(1,2)	(1,2)	(0,7)	(0,7)	(2,2)
Coût de l'endettement financier net		(1,0)	(1,0)	(0,5)	(0,6)	(2,0)
Charges d'intérêts sur obligations locatives		(1,9)	(2,0)	(0,9)	(1,0)	(4,0)
Autres produits financiers		1,4	6,1	0,7	4,9	7,0
Autres charges financières		(2,8)	(1,3)	(1,4)	-	(2,2)
Impôt		(51,2)	(27,2)	(30,8)	(19,7)	(47,9)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	7	(0,6)	0,1	(0,6)	(0,1)	0,2
Résultat net des activités poursuivies		106,9	65,7	66,6	41,2	127,9
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession		-	-	-	-	-
Résultat net		106,9	65,7	66,6	41,2	127,9
attribuable au Groupe :		107,3	65,6	66,7	41,0	127,4
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		(0,4)	0,1	(0,1)	0,2	0,5
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		210 153	209 878	210 346	209 886	209 891
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,51	0,31	0,31	0,19	0,61
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,51	0,31	0,32	0,19	0,61
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)		-	-	-	-	-
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)		-	-	-	-	-

(1) Retraité des impacts de l'application de la norme IFRS 16.

2.2. Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	1er semestre 2019	1er semestre 2018 ⁽¹⁾	Exercice 2018 ⁽¹⁾
Résultat net consolidé	106,9	65,7	127,9
Eléments non recyclables en résultat net			
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel ⁽²⁾	(4,3)		(3,8)
Variation nette de juste valeur sur instruments de capitaux propres ⁽³⁾	(6,5)	(3,9)	(7,4)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	1,9		1,0
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 ⁽⁴⁾	(1,0)	5,4	6,6
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,4	0,4	0,6
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	0,4	(1,8)	(2,3)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres			
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(9,1)	0,1	(5,3)
Total des produits et charges comptabilisés	97,8	65,8	123,2
<i>attribuable au Groupe</i>	98,2	65,5	122,6
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	(0,4)	0,3	0,6

⁽¹⁾ Retraité des impacts de l'application de la norme IFRS 16.

⁽²⁾ Correspond à la baisse du taux d'actualisation qui est passé de 2,10% au 31 décembre 2018 à 1,31% au 30 juin 2019

⁽³⁾ En 2019, les variations de juste-valeur des titres de participations non consolidés ont été enregistrées en contrepartie des capitaux propres pour – 6,5 millions d'euros.

⁽⁴⁾ Dont en juin 2019, recyclage en résultat des couvertures de flux de trésorerie pour 1,3 million d'euros.

2.3. Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2019	1er semestre 2018 ⁽¹⁾	Exercice 2018 ⁽¹⁾
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		106,9	65,7	127,9
Dotations (reprises) aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles et aux provisions non courantes		121,7	130,2	279,5
Dotations aux amortissements, dépréciations et autres ajustements des droits d'utilisation des actifs loués		9,4	8,0	17,1
Résultat de cessions d'actifs		-	0,8	(1,3)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes	7	0,6	(0,1)	1,0
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(19,0)	(24,7)	(44,4)
Impôts versés		(35,1)	(38,6)	(67,3)
Charge d'impôt (y compris impôts différés et dettes sur positions fiscales incertaines)		51,2	27,2	47,9
CAF après cout de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net, charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés		235,7	168,5	360,4
Coût de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net et charges d'intérêts sur obligations locatives		2,9	3,0	6,0
Variation du BFR lié à l'activité ⁽²⁾		10,2	(41,1)	16,9
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		248,8	130,4	383,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(120,0)	(96,8)	(212,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		0,1	1,1	2,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(0,4)	(2,0)	(2,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		-	3,5	5,7
Incidence des variations de périmètre	9	(17,4)	(230,9)	(261,3)
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		<i>(22,5)</i>	<i>(291,8)</i>	<i>(326,4)</i>
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		<i>0,5</i>	<i>1,5</i>	<i>1,5</i>
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		<i>4,6</i>	<i>59,4</i>	<i>63,6</i>
Dividendes reçus		-	0,0	0,1
Autres flux liés aux opérations d'investissement		(1,6)	(1,5)	(0,4)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(139,3)	(326,6)	(468,7)
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		3,5	0,1	0,4
Rachats et reventes d'actions propres		(3,5)	-	-
Autres opérations entre actionnaires	10	(3,1)	(94,6)	(182,0)
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		(83,8)	(73,4)	(73,5)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		19,3	1,3	-
Remboursements d'emprunts		(1,1)	(2,1)	(22,0)
Remboursement des obligations locatives		(9,1)	(7,5)	(16,2)
Intérêts financiers nets versés		(2,7)	(2,7)	(6,0)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(80,5)	(178,9)	(299,3)
Incidence des variations des cours des devises		0,2	0,2	0,2
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		29,2	(374,9)	(384,5)
Trésorerie au début de l'exercice		111,0	495,5	495,5
Variation de la trésorerie		29,2	(375,1)	(384,5)
Trésorerie à la clôture de l'exercice		140,2	120,4	111,0

⁽¹⁾ Retraité des impacts de l'application de la norme IFRS 16.

⁽²⁾ Actif courant - passif courant, hors impôts et hors dettes financières courantes et instruments financiers sur couverture de dettes classés en financement

2.4. Bilan consolidé (actif)

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2019.06	2018.12 ⁽¹⁾	2018.06 ⁽¹⁾
Goodwill	6	831,1	817,1	838,0
Immobilisations incorporelles		308,5	287,3	219,8
Droits audiovisuels		167,3	144,2	156,4
Autres immobilisations incorporelles		141,2	143,1	63,4
Immobilisations corporelles		198,0	191,5	179,8
Droits d'utilisation des actifs loués		92,8	98,2	101,3
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	7	20,4	20,8	20,9
Actifs financiers non courants		37,8	40,5	44,7
Actifs d'impôt non courants		-	-	-
Total actifs non courants		1 488,6	1 455,4	1 404,5
Stocks et en-cours		531,1	520,9	594,8
Programmes et droits de diffusion		518,0	505,8	572,6
Autres stocks		13,1	15,1	22,2
Clients et autres débiteurs		1 199,0	1 141,9	1 257,9
Actifs d'impôt courants		-	17,6	20,4
Autres actifs financiers courants		1,1	2,2	76,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	8	149,1	117,3	122,0
Total actifs courants		1 880,3	1 799,9	2 071,1
Actifs d'activités en cours de cession		-	-	-
TOTAL ACTIF		3 368,9	3 255,3	3 475,6

⁽¹⁾ Retraité des impacts de l'application de la norme IFRS 16.

2.5. Bilan consolidé (passif)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2019.06	2018.12 ⁽¹⁾	2018.06 ⁽¹⁾
Capital		42,1	42,0	42,0
Primes et réserves		1 426,6	1 405,2	1 402,9
Résultat consolidé de l'exercice		107,3	127,4	65,6
Total capitaux propres part du groupe		1 576,0	1 574,6	1 510,5
Participations ne donnant pas le contrôle		0,1	0,6	(2,2)
Total capitaux propres		1 576,1	1 575,2	1 508,3
Dettes financières non courantes	8	152,6	126,9	139,0
Obligations locatives non courantes	8	81,5	84,8	88,9
Provisions non courantes		46,6	41,1	38,5
Passifs d'impôt non courants		41,9	43,7	33,4
Total passifs non courants		322,6	296,5	299,8
Dettes financières courantes	8	25,2	17,9	181,2
Obligations locatives courantes	8	16,8	18,6	17,1
Fournisseurs et autres créditeurs		1 390,8	1 326,9	1 452,1
Provisions courantes		20,9	20,2	17,0
Passifs d'impôt courants		16,5	-	-
Autres passifs financiers courants		-	-	0,1
Total passifs courants		1 470,2	1 383,6	1 667,5
Passifs d'activités en cours de cession		-	-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 368,9	3 255,3	3 475,6

⁽¹⁾ Retraité des impacts de l'application de la norme IFRS 16.

2.6. Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participation s ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2017 ⁽¹⁾	42,0	16,4	1 545,5	(16,4)	1 587,5	(0,1)	1 587,4
Impact IFRS 16 sur capitaux propres à l'ouverture ⁽²⁾	-	-	(0,8)	-	(0,8)	(1,9)	(2,7)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2017 RETRAITE	42,0	16,4	1 544,7	(16,4)	1 586,7	(2,0)	1 584,7
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	0,1	-	-	0,1	-	0,1
Paiements fondés sur des actions	-	-	2,5	-	2,5	-	2,5
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	(73,5)	-	(73,5)	-	(73,5)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	(70,0)	-	(70,0)	0,2	(69,8)
Total opérations avec les actionnaires	-	0,1	(141,0)	-	(140,9)	0,2	(140,7)
Résultat net consolidé	-	-	65,6	-	65,6	0,1	65,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	-	0,1	0,1
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	(0,9)	-	(0,9)	(0,6)	(1,5)
SOLDE AU 30 JUIN 2018	42,0	16,5	1 468,4	(16,4)	1 510,5	(2,2)	1 508,3

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participation s ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2018 ⁽²⁾	42,0	16,8	1 538,9	(21,7)	1 576,0	2,6	1 578,6
Impact IFRS 16 sur capitaux propres à l'ouverture ⁽²⁾	-	-	(1,4)	-	(1,4)	(2,0)	(3,4)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2018 RETRAITE	42,0	16,8	1 537,5	(21,7)	1 574,6	0,6	1 575,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	3,5	-	-	3,5	-	3,5
Paiements fondés sur des actions	-	-	1,4	-	1,4	-	1,4
Rachat d'actions propres	-	-	(3,5)	-	(3,5)	-	(3,5)
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	(83,8)	-	(83,8)	-	(83,8)
Autres opérations avec les actionnaires ⁽³⁾	-	-	(16,6)	-	(16,6)	-	(16,6)
Total opérations avec les actionnaires	-	3,5	(102,5)	-	(99,0)	-	(99,0)
Résultat net consolidé	-	-	107,3	-	107,3	(0,4)	106,9
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	(9,1)	(9,1)	-	(9,1)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	2,2	-	2,2	(0,1)	2,1
SOLDE AU 30 JUIN 2019	42,0	20,3	1 544,5	(30,8)	1 576,0	0,1	1 576,1

⁽¹⁾ Retraité des dispositions des normes IFRS 15 et IFRS 9, appliquées par le Groupe au 1er janvier 2018.

⁽²⁾ Impact des dispositions de la norme IFRS 16, appliquée par le Groupe au 1er janvier 2019 de manière rétrospective complète (voir note 2.6.1).

⁽³⁾ En 2019, les autres opérations entre actionnaires correspondent principalement aux rachats et engagements de rachat de la totalité des minoritaires du groupe De Mensen postérieurs à la prise de contrôle en mars 2019, pour un montant de 10,5 millions d'euros.

2.7. Notes annexes aux états financiers consolidés

1 Faits marquants

Prise de contrôle du groupe De Mensen

Le 28 février 2019, le groupe Newen a finalisé l'acquisition d'une participation de 60% du capital du groupe belge De Mensen (production audiovisuelle en Belgique).

Les Cédants et le groupe Newen ont conclu un pacte d'actionnaires qui définit notamment les modalités d'exercice de promesses réciproques par lesquelles les Cédants disposent de la faculté de vendre, et le groupe Newen dispose de la faculté d'acheter, la participation résiduelle de 40% du capital, entre 2022 et 2028.

À la date de prise de contrôle, dans l'attente de l'allocation du prix, un goodwill provisoire a été comptabilisé pour 13,5 millions d'euros et l'impact sur l'endettement net était de 27,5 millions d'euros, y compris l'engagement d'acquisition des 40% du capital restant.

Voir la note 3 – variations du périmètre de consolidation.

Cession des activités de vente à distance et des boutiques de Téléshopping

Le groupe TF1 a annoncé le 30 janvier 2019 être entré en négociations exclusives concernant la cession des activités de vente à distance et des boutiques de Téléshopping avec M. Jérôme Dillard, son ancien directeur général, entrepreneur indépendant, spécialiste reconnu du télé-achat. Le groupe TF1 s'est engagé à poursuivre la diffusion des émissions de télé-achat sur ses antennes sur les cinq prochaines années. L'accord de cession a été signé le 15 mars 2019 et la cession des titres a été réalisée le 11 avril 2019.

Cette opération conduit à la déconsolidation des entités Téléshopping et Topshopping au 1er avril 2019.

2 Principes et méthodes comptables

2.1 Déclaration de conformité et base de préparation des états financiers

Les états financiers consolidés condensés au 30 juin 2019 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 2018 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2018 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 7 mars 2019 sous le numéro D.19-0121.

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 de l'ANC n°2016-01 du 2 décembre 2016 en matière d'états financiers.

Ils sont présentés en millions d'euros et présentent des comparatifs retraités de l'application de la norme IFRS 16 et de l'interprétation IFRIC 23 lorsqu'applicable.

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 2019

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 juin 2019, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2018, à l'exception des évolutions obligatoires édictées par les normes IFRS mentionnées ci-après, applicables au 1er janvier 2019.

TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2019

Norme	Date d'application IASB	Impacts Groupe attendus
IFRS 16 : contrats de location	1 ^{er} janvier 2019	<p>Le 13 janvier 2016, l'IASB a publié la norme IFRS 16 « Contrats de location ». IFRS 16 remplace IAS 17 ainsi que les interprétations IFRIC et SIC associées et supprime, pour les preneurs, la distinction qui était précédemment faite entre « contrats de location simple » et « contrats de location financement ». Les preneurs doivent comptabiliser tous les contrats de location d'une durée de plus d'un an et ceux portant sur un actif de plus de cinq mille dollars de manière analogue aux modalités antérieurement prévues pour les contrats de location financement par IAS 17 et comptabiliser ainsi un actif et un passif au titre des droits et obligations créés par un contrat de location.</p> <p>Le Groupe a retenu l'approche rétrospective complète pour la première application de la norme.</p> <p>L'application d'IFRS 16 aux contrats de location d'immobilisations incorporelles est une option de la norme, que le Groupe a choisi de ne pas retenir.</p> <p>Les impacts estimés de l'application d'IFRS 16 sur les états financiers au 30 juin 2018 et au 31 décembre 2018 sont présentés en note 2.6.1 de l'annexe.</p>
IFRIC 23 : Incertitude relative aux traitements fiscaux	1 ^{er} janvier 2019	<p>Le 7 juin 2017, l'IFRS IC a publié l'interprétation IFRIC 23. Cette interprétation contient des dispositions relatives aux modalités comptables de reconnaissance des conséquences fiscales liées au caractère incertain de l'impôt.</p> <p>L'impact de l'application de cette interprétation au 1er janvier 2019 n'est pas matériel.</p>

2.3 Changements de méthode comptable

En 2019, le Groupe n'a pas procédé à d'autres changements de méthodes comptables que ceux présentés au § 2.2.1.

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 2018 et qu'aux arrêtés intermédiaires 2018. A la date d'arrêté 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.

2.6 Impacts de l'application des nouvelles normes sur le bilan d'ouverture et compte de résultat

2.6.1 Impacts de l'application d'IFRS 16

Cette note présente les effets de l'application de la norme IFRS 16 sur les états financiers du Groupe, ainsi que les principaux indicateurs de performance au titre de l'exercice 2018.

Le Groupe a décidé d'utiliser les mesures de simplification prévues par la norme et de ne pas tenir compte des contrats de location dont le terme est inférieur à douze mois, ni ceux portant sur un actif de moins de cinq mille euros. Le Groupe a également décidé de comptabiliser chaque composante du contrat comme un contrat de location distinct, séparément des composantes non locatives (services) du contrat. L'application d'IFRS 16 aux contrats de location d'immobilisations incorporelles est une option de la norme que le Groupe a choisi de ne pas retenir.

La durée de location correspond à la période non résiliable complétée, le cas échéant, des options de renouvellement dont l'exercice par le Groupe est raisonnablement certain. Elle est en général de neuf ans concernant les contrats français portant sur des biens immobiliers.

Les impacts de la norme sur les bilans au 31 décembre 2017 (retraité d'IFRS 15 et d'IFRS 9) et 2018 ainsi que les périodes intermédiaires 2018 sont présentés ci-après, et concernent principalement la constatation d'un droit d'utilisation et d'une obligation locative au titre des baux immobiliers.

La norme IFRS 16 se traduit par une réduction des capitaux propres du Groupe au 31 décembre 2017 de 2,7 millions d'euros nets d'impôt différés.

Les impacts par trimestre de l'application de la norme IFRS 16 sur le bilan et les comptes de résultat du groupe TF1 comparatifs 2018 sont synthétisés dans les tableaux ci-dessous :

<i>(en millions d'euros)</i>	2017.12	2018.03	2018.06	2018.09	2018.12
Charges externes (retraitement charges de loyer)		4,5	9,4	14,6	20,1
Dotations nettes aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		(3,8)	(7,9)	(12,3)	(17,1)
Résultat opérationnel courant - impacts IFRS 16	-	0,7	1,5	2,3	3,0
Charges d'intérêts sur obligations locatives		(1,0)	(2,0)	(3,0)	(4,0)
Endettement financier net - impacts IFRS 16	-	(1,0)	(2,0)	(3,0)	(4,0)
Impôt différé		0,1	0,2	0,2	0,3
Résultat net - impacts IFRS 16	-	(0,2)	(0,3)	(0,5)	(0,7)

<i>(en millions d'euros)</i>	2017.12	2018.03	2018.06	2018.09	2018.12
ACTIF					
Droits d'utilisation des actifs loués (valeur brute)	142,8	142,9	152,3	152,3	158,4
Droits d'utilisation des actifs loués (amortissement)	(39,9)	(43,7)	(51,0)	(55,4)	(60,2)
Actif non courant - impacts IFRS 16	102,9	99,2	101,3	96,9	98,2
TOTAL ACTIF - IMPACTS IFRS 16	102,9	99,2	101,3	96,9	98,2

TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2019

PASSIF	2017.12	2018.03	2018.06	2018.09	2018.12
Réserves de consolidation	(2,7)	(2,7)	(2,8)	(2,8)	(2,8)
Résultat de l'exercice		(0,2)	(0,3)	(0,5)	(0,6)
Capitaux propres - impacts IFRS 16	(2,7)	(2,9)	(3,1)	(3,3)	(3,4)
Obligations locatives non courantes	92,6	88,9	88,9	84,7	84,8
Impôt différé passif	(1,4)	(1,5)	(1,7)	(1,7)	(1,7)
Passifs non courants - impacts IFRS 16	91,2	87,4	87,2	83,0	83,1
Obligations locatives courantes	14,4	14,7	17,1	17,2	18,6
Passifs courants - impacts IFRS 16	14,4	14,7	17,1	17,2	18,6
TOTAL PASSIF - IMPACTS IFRS 16	102,9	99,2	101,2	96,9	98,3

2.6.2 Impacts de l'application d'IFRIC 23

Les dispositions de l'interprétation IFRIC 23 sont appliquées par le Groupe au 1er janvier 2019 de manière rétrospective, sans ajustement des comparatifs lors de la première application. Son application n'a aucun impact sur les capitaux propres du Groupe et entraîne le reclassement en dettes fiscales des provisions pour risque portant sur l'impôt sur les sociétés. L'impact de l'interprétation est non significatif à l'échelle du Groupe.

3 Variations du périmètre de consolidation

3.1 Prise de contrôle du groupe De Mensen

Le 28 février 2019, le groupe Newen a finalisé l'acquisition d'une participation de 60% du capital du groupe belge De Mensen (production audiovisuelle en Belgique). Le groupe De Mensen est intégré globalement dans les comptes consolidés du groupe TF1 à compter du 1er mars 2019.

Les nouvelles sociétés acquises sont présentées dans le secteur « Studios et divertissements » de l'information sectorielle.

À la date de prise de contrôle, dans l'attente de l'allocation du prix, un goodwill provisoire a été comptabilisé pour 13,5 millions d'euros et l'impact sur l'endettement net était de 27,5 millions d'euros, y compris l'acquisition des 40% du capital restant.

Les Cédants et le groupe Newen ont conclu un pacte d'actionnaires qui définit notamment les modalités d'exercice de promesses réciproques par lesquelles les Cédants disposent de la faculté de vendre, et Newen Studios dispose de la faculté d'acheter, la participation résiduelle de 40% du capital, entre 2022 et 2028. La valorisation de ces engagements, déterminée à partir du plan d'affaires d'acquisition de la société, a été inscrite en dette financière, en contrepartie des capitaux propres du Groupe.

3.2 Cession des activités de vente à distance et des boutiques de Téléshopping

Le groupe TF1 a annoncé le 30 janvier 2019 être entré en négociations exclusives concernant la cession des activités de vente à distance et des boutiques de Téléshopping avec M. Jérôme Dillard, son ancien directeur général, entrepreneur indépendant, spécialiste reconnu du télé-achat. Le groupe TF1 s'est engagé à poursuivre la diffusion des émissions de télé-achat sur ses antennes sur les cinq prochaines années. L'accord de cession a été signé le 15 mars 2019 et la cession des titres a été réalisée le 11 avril 2019.

Cette opération conduit à la déconsolidation des entités Téléshopping et Topshopping au 1er avril 2019. La contribution du sous-ensemble cédés au chiffre d'affaires et au résultat du groupe au 31 mars 2019 sont respectivement de 20,2 millions d'euros et d'environ 1 million d'euros. L'impact de cette cession sur les comptes du groupe est non significatif.

4 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 le

décisionnaire opérationnel du Groupe dans le suivi des activités. Ces secteurs opérationnels correspondent aux secteurs revus par le principal décideur opérationnel.

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'actifs correspondants. Les ventes et transferts entre les secteurs sont réalisés aux conditions normales de marché.

A dater du 1er avril 2018, suite à l'acquisition par le groupe TF1 du groupe aufeminin dans le cadre de sa stratégie d'investissement dans les activités digitales, les secteurs opérationnels du Groupe sont désormais les suivants :

Antennes

Le secteur Antennes est constitué de l'ensemble des chaînes TV et sites internet du Groupe. Les revenus de ces activités sont issus de la vente d'espaces publicitaires et des rémunérations perçues auprès des opérateurs câbles, satellite et ADSL.

Ce secteur inclut également les activités dont les revenus non publicitaires sont directement générés par les programmes diffusés sur les antennes du Groupe telles que les opérations d'interactivité entre le téléspectateur et le programme diffusé, ainsi que les filiales ayant pour activité la production et l'acquisition de droits audiovisuels pour le compte des chaînes TV du Groupe, en lien avec la réglementation des Antennes, et de ses sites internet.

Studios et divertissements

Ce secteur regroupe deux sous-secteurs :

- ✓ Les filiales de contenus dont l'activité est majoritairement destinée à produire, à acquérir, à développer et à commercialiser des droits audiovisuels, musicaux, licences, marques, pour une exploitation indépendante des activités de diffuseur du Groupe. Les revenus sont constitués de la rémunération des cessions de droits de diffusion et de tout autre droit d'exploitation en France et à l'international incluant les revenus Vidéo (physique et on-line).

Bien que réparties sur les différentes étapes de la chaîne de valeur, ces activités, portées par TF1 Studios, Newen Studios et TF1 Entertainment, partagent les mêmes modèles économiques sur des marchés de plus en plus intégrés.

Plus spécifiquement, TF1 Studios et Newen Studios exploitent des types de droits audiovisuels complémentaires, et s'adressent tous les deux au marché des diffuseurs de droits TV et vidéo français et européen.

A ce titre, la Direction du Groupe juge pertinent de suivre globalement la performance financière de ces activités.

- ✓ Les activités de vente à distance et en boutique du pôle Téléshopping sont regroupées dans ce secteur compte tenu de leur contribution au regard du total du groupe TF1. Comme mentionné en note 1 Faits marquants les activités de vente à distance et en boutique du pôle Téléshopping ont été cédées sur le T2 2019.

Digital

Le secteur Digital regroupe les activités de création de contenus et de communautés thématiques via internet, la monétisation des audiences digitales générées et le développement d'offres physiques à destination de ces publics (achats de boxes, magazines, événements, ...).

Ces activités comprennent notamment les activités de création et d'achat d'audiences, via des contenus thématiques mis en ligne et le développement de marques, la constitution et l'animation de communautés digitales par thème, le développement et la diffusion de talents via les chaînes vidéo sur internet (Multi Channel Network « MCN »). Leur monétisation est réalisée via la commercialisation d'espaces publicitaires digitaux, au travers de contrats de régie de gré à gré et de plateformes d'enchères programmatiques, et la commercialisation de boxes physiques, de magazines et d'événements physiques avec les concours d'annonceurs.

Ces activités sont complétées par des prestations de développement et ciblage d'audience sur les réseaux sociaux.

TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2019

Les activités existantes reclassées au T2 2018 dans le secteur Digital sont celles de TF1 Digital Factory, Studio 71 France et Vertical Station (ex MinuteBuzz), issues du secteur « Antennes », et celles de Neweb issues du secteur « Studios et Divertissements ». Les parts du goodwill des secteurs d'origine affectées aux activités transférées ont été réallouées au nouveau secteur au T2 2018. Celles-ci ont été calculées sur la base de leurs valeurs relatives, ou en cas d'acquisition récente, déterminées sur la base de leur valeur initiale. Les valeurs relatives utilisées sont les valeurs recouvrables.

Au vu du caractère peu significatif des impacts des reclassements effectués sur la présentation des comptes sectoriels du premier trimestre 2018, le changement de présentation de ces entités au sein de l'information sectorielle a été appliqué prospectivement à partir du 31 mars 2018.

(en millions d'euros)	ANTENNES		STUDIOS ET DIVERTISSEMENTS		DIGITAL		TOTAL GROUPE TF1	
	2019.06	2018.06	2019.06	2018.06	2019.06	2018.06	2019.06	2018.06
COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL								
Chiffre d'affaires des secteurs	905,8	880,2	173,1	191,4	85,7	28,9	1 164,6	1 100,5
Eliminations opérations intersecteurs	(15,0)	(11,2)	(4,3)	(5,6)	(0,1)	(0,1)	(19,4)	(16,9)
CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE	890,8	869,0	168,8	185,8	85,6	28,8	1 145,2	1 083,6
Dont Chiffre d'affaires Publicitaire	791,4	792,0	-	2,4	44,6	18,1	836,0	812,5
Dont Chiffre d'affaires Autres	99,4	77,0	168,8	183,4	41,0	10,7	309,2	271,1
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	142,5	79,9	17,3	19,4	3,2	2,7	163,0	102,0
% marge opérationnelle contributive Groupe	16%	9%	10%	10%	4%	10%	14%	9%
Charges d'intérêts sur obligations locatives	(0,9)	(1,0)	(0,8)	(0,9)	(0,2)	(0,1)	(1,9)	(2,0)
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT APRES LOYER	141,6	78,9	16,5	18,5	3,0	2,6	161,1	100,0
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	0,3	0,3	(0,2)	-	(0,7)	(0,2)	(0,6)	0,1

Le résultat opérationnel courant ajusté correspond au résultat opérationnel courant après prise en compte des charges d'intérêts sur obligations locatives.

5 Décomposition du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du groupe TF1 à fin juin 2019 se décompose de la manière suivante :

2019.06		(en millions d'euros)	2019.06	2018.06	Var M€	Var %	
	69,1%	Recettes publicitaires	791,4	791,9	(0,5)	0%	
	8,7%	Autres recettes	99,4	77,1	22,3	29%	
	Antennes			890,8	869,0	21,8	3%
	9,6%	Production / Vente de droits audiovisuels	110,5	122,7	(12,2)	-10%	
	5,1%	Revenus jeux, musique, spectacles, vente à distance	58,3	63,1	(4,8)	-8%	
	Studios et Divertissements			168,8	185,8	(17,0)	-9%
	5,7%	Editeurs (contenus digitaux, social e-commerce) *	65,2	24,7	40,5		
	1,8%	Autres recettes (marketing digital) *	20,4	4,1	16,3		
	Digital			85,6	28,8	56,8	
	Chiffre d'affaires total			1 145,2	1 083,6	61,6	6%

* Aufeminin, Doctissimo, et Gamed ont respectivement été intégrés dans les comptes du groupe le 30 avril, le 1er octobre, et le 1er novembre 2018.

6 Goodwill

(en millions d'euros)	Antennes	Studios et Divertissements	Digital	TOTAL
Goodwill au 1^{er} janvier 2018	409,3	171,1	-	580,4
Acquisitions ⁽¹⁾	8,3	0,7	248,6	257,6
Cessions	-	-	-	-
Reclassement	(9,9)	(11,4)	21,3	-
Dépréciation	-	-	-	-
Goodwill au 30 juin 2018	407,7	160,4	269,9	838,0
Goodwill au 1^{er} janvier 2019	407,7	164,1	245,3	817,1

TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2019

Acquisitions ⁽²⁾	-	12,9	1,1	14,0
Cessions	-	-	-	-
Reclassement	-	-	-	-
Dépréciation	-	-	-	-
Goodwill au 30 juin 2019	407,7	177,0	246,4	831,1

⁽¹⁾ Au premier semestre 2018, les variations sont principalement dues à l'acquisition du groupe aufeminin et à la constitution du pôle Digital.

⁽²⁾ L'augmentation du goodwill Studios et divertissements correspond principalement à l'acquisition de De Mense.

Conformément à la norme IFRS 3 révisée, le groupe TF1 a décidé, pour les acquisitions de la période, de ne pas réévaluer les intérêts minoritaires à la juste valeur, les goodwill sont en conséquence comptabilisés à l'actif du bilan en quote-part Groupe uniquement.

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)	Vertical Station	Extension TV (ex-Série Club)	Autres	TOTAL
1^{er} janvier 2018	9,7	10,8	1,7	22,2
Quote-part de résultat	(0,2)	0,3	-	0,1
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	-	-	(1,4)	(1,4)
Autres	-	-	-	-
30 juin 2018	9,5	11,1	0,3	20,9
1^{er} janvier 2019	9,5	10,0	1,3	20,8
Quote-part de résultat	(0,7)	0,3	(0,2)	(0,6)
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	-	-	0,1	0,1
Autres	0,1	-	-	0,1
30 juin 2019	8,9	10,3	1,2	20,4

8 Trésorerie nette

La trésorerie nette du Groupe est constituée des éléments suivants :

- La trésorerie brute, comprenant les disponibilités, dépôts à vue, équivalents de trésorerie, concours bancaires courants et comptes courants passifs,
- L'endettement financier brut, comprenant les passifs financiers à long terme et à court terme,
- Les actifs financiers contractuellement affectés au remboursement de dettes financières.

L'endettement/excédent financier n'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes.

Elle peut être détaillée de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2018.12	Flux de trésorerie	Variation de périmètre ⁽¹⁾	JV en capitaux et résultat	Transaction entre actionnaires	Autres variations	2019.06
Trésorerie et équivalents de trésorerie	117,3	28,6	3,2				149,1
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-						-
Trésorerie passive	(6,3)	(3,9)	1,3				(8,9)
Trésorerie disponible	111,0	24,7	4,5				140,2
Juste valeur des instruments dérivés de taux	-						-
Emprunts long terme	(126,9)	(16,0)	(12,3)	(1,5)	4,1		(152,6)
Dettes financières court terme hors trésorerie passive	(11,6)	(0,7)	(1,0)	(0,5)	(2,5)		(16,3)
Endettement brut	(138,5)	(16,7)	(13,3)	(2,0)	1,6		(168,9)

TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2019

Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	(27,5)	8,0	(8,8)	(2,0)	1,6	-	(28,7)
Obligations locatives ⁽²⁾	(103,4)					5,1	(98,3)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) y compris obligations locatives	(130,9)	8,0	(8,8)	(2,0)	1,6	5,1	(127,0)

⁽¹⁾ Les variations de périmètres concernent principalement la prise de contrôle du groupe De Mense sur la période (cf. note 3 – variations du périmètre de consolidation).

⁽²⁾ Les variations des obligations locatives sont principalement constituées du paiement des obligations locatives du groupe sur l'exercice et des nouvelles obligations liées à la conclusion de nouveaux contrats de location sur la période.

Au 30 juin 2019, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 040 millions d'euros, dont 140 millions d'euros pour Newen Studios. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le groupe Bouygues. Au 30 juin 2019, les tirages ont été réalisés auprès des contreparties bancaires à hauteur de 108 millions d'euros par Newen Studios.

La variation de la trésorerie brute du Groupe est détaillée dans le tableau des flux de trésorerie, les éléments composant la trésorerie brute à la clôture sont détaillés ci-dessous :

(en millions d'euros)	2019.06	2018.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	149,1	117,3
Comptes courants de trésorerie passifs	-	(0,2)
Concours bancaires courants	(8,9)	(6,1)
Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie	140,2	111,0

9 Tableau de flux de trésorerie – incidences des variations de périmètre

Les éléments présentés dans les variations de périmètre du tableau de flux de trésorerie correspondent principalement aux incidences de l'entrée du groupe De Mense dans le périmètre du groupe TF1 au premier semestre 2019.

Au premier semestre 2018, les éléments présentés dans les variations de périmètre du tableau de flux de trésorerie correspondent principalement aux incidences de l'entrée du groupe aufeminin dans le périmètre du groupe TF1 au premier semestre 2018.

10 Tableau de flux de trésorerie – autres opérations entre actionnaires

Au premier semestre 2018, les autres opérations entre actionnaires se composent principalement des espèces mises en gage par le Groupe dans le cadre de l'engagement de rachat de leur participation aux actionnaires minoritaires du groupe aufeminin donnés lors de l'Offre Publique d'Achat du Groupe sur aufeminin.

11 Plan de stock-option 2019

Le 12 juin 2019, le groupe TF1 a émis un plan de stock option (plan SO 2019) composé de 1 810 500 options exerçables à compter du 12 juin 2021 à un prix de souscription de 8,87 euros et à échéance du 12 juin 2029. La juste valeur de la charge relative à ce plan a été évaluée à 1,8 millions d'euros hors forfait social et est étalée, en charges de personnel, sur la période d'attribution des options soit 2 ans.

L'attribution définitive des stocks options de ce plan est soumise à l'atteinte d'objectifs de performance basés sur le chiffre d'affaires, le résultat opérationnel et le résultat net consolidé du Groupe des 2 années de la période d'attribution.

L'impact dans les comptes consolidés est non significatif au 30 juin 2019.

12 Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action sera versé par le Groupe le 2 mai 2019 au titre de l'exercice 2018, ainsi que le montant versé en 2018 au titre de l'exercice 2017.

	Versé en 2019	Versé en 2018
Dividende total (en millions d'euros)	83,8	73,5
Dividende par action ordinaire (en euro)	0,40	0,35

13 Événements postérieurs à la clôture

Le 11 juillet 2019, Newen a signé un accord pour prendre une participation majoritaire aux côtés de son fondateur dans Reel One, acteur majeur canadien de la production et de la distribution de fictions, opérant sur le marché nord-américain et à l'international. Le groupe développe, produit et commercialise des programmes pour les plus grandes chaînes américaines et européennes, ainsi que pour les plateformes SVOD.

Cette acquisition reste soumise à l'accord des autorités canadiennes.

3. Rapport des commissaires aux comptes

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle - Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2019

MAZARS
Tour Exaltis
61, rue Henri Regnault
92400 Courbevoie
S.A. à directoire et conseil de surveillance
Au capital de € 8.320.000
784 824 153RCS Nanterre

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
Régionale de Versailles

ERNST & YOUNG Audit
Tour First
TDA 14444
92037 Paris-La Défense cedex
S.A.S. à capital variable
344 366 315 RCS Nanterre

Commissaire aux Comptes
Membre de la compagnie
Régionale de Versailles

Aux Actionnaires,

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

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés condensés de la société Télévision Française 1, relatifs à la période du 1^{er} janvier au 30 juin 2019, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

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

I - Conclusion sur les comptes

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

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

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 2.6 de l'annexe aux comptes semestriels consolidés condensés qui expose les impacts de l'application des nouvelles normes IFRS 16 « Contrats de location » et IFRIC 23 « Incertitude relative au traitement des impôts sur le résultat ».

II - Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes semestriels consolidés condensés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés condensés.

Fait à Paris-La Défense, le 24 juillet 2019

Les Commissaires aux comptes

MAZARS

ERNST & YOUNG Audit

Gilles Rainaut

Laurent Vitse

4. Attestation du responsable du rapport financier semestriel

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

Fait à Boulogne-Billancourt, le 24 juillet 2019

Le Président-Directeur Général

Gilles C. Pélisson

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 106 825 € – 326 300 159 R.C.S. Nanterre

Courrier à adresser au siège social :

TF1 - 1 quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – France

Tél : +33 (0)1 41 41 12 34

Contact

Département Relations Investisseurs

E-mail : comfi@tf1.fr

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