



**LE GROUPE**

**RAPPORT D'ACTIVITÉ  
2024**

# Rapport d'activité – 2024

## 1. Information financière – 2024 ..... 3

1.1.	Résultats consolidés .....	3
1.2.	Faits marquants de 2024 .....	5
1.3.	Événements majeurs survenus depuis la clôture.....	8
1.4.	Analyse des résultats consolidés .....	10
1.5.	Information sectorielle .....	11
1.6.	Responsabilité sociétale de l'entreprise .....	17
1.7.	Point social.....	20
1.8.	Performances boursières.....	20
1.9.	Perspectives .....	20
1.10.	Évolution du capital.....	21
1.11.	Gouvernance.....	21
1.12.	Calendrier prévisionnel.....	22

## 2. Comptes consolidés et annexe de 2024 ..... 23

2.1.	Compte de résultat consolidé.....	23
2.2.	État des produits et charges comptabilisés.....	24
2.3.	État consolidé des flux de trésorerie .....	25
2.4.	Bilan consolidé - actif.....	26
2.5.	Bilan consolidé – passif.....	27
2.6.	Tableau de variation des capitaux propres consolidés.....	28
2.7.	Notes annexes aux états financiers consolidés .....	29

# 1. Information financière – 2024

## 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.

(M€)	2024	2023
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>2 356</b>	<b>2 297</b>
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 644</i>	<i>1 606</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>712</i>	<i>690</i>
Résultat opérationnel courant des activités	297	287
Résultat opérationnel courant	289	283
Résultat opérationnel	271	253
Résultat net part du Groupe	206	192
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	518	502
Résultat net part du groupe des activités poursuivies par action (€)	0,97	0,91
Résultat net part du groupe des activités poursuivies dilué par action (€)	0,97	0,91
Total capitaux propres part du Groupe	2 045	1 953
Excédent/(dette) net(te) des activités poursuivies	506	505
	<b>2024</b>	<b>2023</b>
Nombre moyen d'actions en circulation (en milliers)	210 973	210 829
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	7,32	7,14
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	1,54	1,51

## 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€)	T4 2024	T4 2023	VAR. M€	VAR. %	2024	2023	VAR. M€	VAR. %
Média	612	618	-5	-0,9%	2 011	1 967	+44	+2,2%
<i>Chiffre d'affaires publicitaire</i>	497	509	-12	-2,4%	1 644	1 606	+37	+2,3%
<i>dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+</i>	50	36	+14	+38,7%	146	105	+41	+39,2%
<i>Chiffre d'affaires Média hors publicité</i>	115	109	+7	+6,2%	368	361	+7	+1,9%
Newen Studios	153	132	+21	+16,3%	345	329	+15	+4,6%
<b>Chiffre d'affaires consolidé <sup>a</sup></b>	<b>765</b>	<b>749</b>	<b>+16</b>	<b>+2,1%</b>	<b>2 356</b>	<b>2 297</b>	<b>+59</b>	<b>+2,6%</b>
Média	68	65	+3	+4,3%	259	256	+2	+0,9%
Newen Studios	31	19	+13	+67,7%	38	31	+7	+22,0%
<b>Résultat opérationnel courant des activités</b>	<b>99</b>	<b>83</b>	<b>+15</b>	<b>+18,3%</b>	<b>297</b>	<b>287</b>	<b>+9</b>	<b>+3,2%</b>
<i>Marge des activités</i>	12,9%	11,1%	-	+1,8 pt	12,6%	12,5%	-	+0,1 pt
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>93</b>	<b>82</b>	<b>+11</b>	<b>+13,2%</b>	<b>289</b>	<b>283</b>	<b>+6</b>	<b>+2,2%</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>93</b>	<b>77</b>	<b>+17</b>	<b>+21,6%</b>	<b>271</b>	<b>253</b>	<b>+18</b>	<b>+7,0%</b>
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>60</b>	<b>53</b>	<b>+7</b>	<b>+13,8%</b>	<b>206</b>	<b>192</b>	<b>+14</b>	<b>+7,1%</b>
Coût des programmes	-315	-331	+16	-4,9%	-986	-960	-26	+2,7%
Excédent financier net <sup>b</sup>	506	505	+1	+0,2%	506	505	+1	+0,2%

<sup>a</sup> +1,2% à périmètre et change constants, à fin décembre.

<sup>b</sup> N'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes.

## Détail du coût des programmes

(M€)	2024	2023
<b>Total coût des programmes</b>	<b>986</b>	<b>960</b>
Fictions / Téléfilms / Séries	328	301
Variétés / Jeux / Magazines	276	263
Information (incluant LCI)	150	135
Films	124	136
Sports	97	114
Jeunesse	12	12

## 1.2. Faits marquants de 2024

### Janvier

#### 8 janvier 2024

Le groupe TF1 a lancé l'application TF1+, sa nouvelle plateforme de *streaming* gratuite, dans le cadre de sa stratégie d'accélération digitale.

Conforme aux nouveaux usages vidéo, la plateforme a été conçue pour proposer aux Français une destination unique d'information et de divertissement avec une offre de programmes *premium*, fédérateurs et familiaux. Disponible en 4 écrans (TV, ordinateur, *smartphone* et tablette), TF1+ est accessible sur les box (Orange, Bouygues Telecom, Free et SFR) et sur la quasi-intégralité de l'univers *Smart TV*. La plateforme propose des droits étendus, des saisons en intégralité, et un catalogue *premium*, accessibles gratuitement.

TF1+ offre des fonctionnalités inédites dans le monde du *streaming* gratuit, à l'image des innovations TOP CHRONO (résumés sur mesure en temps réel), TOP INFO (formats quotidiens courts fournissant un éclairage approfondi sur les principales actualités de la journée) et SYNCHRO (algorithme de recommandation de contenus unique au monde pour favoriser un visionnage à plusieurs).

#### 8 janvier 2024

TF1 a vu l'arrivée sur ses antennes de *Plus Belle La Vie, encore plus belle*, après le JT de 13h, troisième série quotidienne sur TF1, produite par Newen Studios. Les deux entités réaffirment ainsi leur savoir-faire unique sur des projets industriels structurants et leur position d'acteurs clés du dynamisme de la filière de la création. Ce projet est également l'opportunité de mettre en place des synergies fortes, avec un impact direct sur les audiences linéaires et digitales du groupe TF1.

#### 8 janvier 2024

TF1 a lancé son rendez-vous matinal inédit *Bonjour ! La Matinale TF1*, avec Bruce Toussaint, entouré d'une nouvelle équipe de chroniqueurs. Cette matinale constitue le troisième grand rendez-vous d'information quotidien de TF1, à la

ligne éditoriale complémentaire des JT et de LCI, et propose des éditions d'information, des rubriques sur la vie quotidienne, la culture, l'art de vivre et les grandes tendances.

### Février

#### 12 février 2024

Une nouvelle gouvernance de Newen Studios est annoncée et mise en place à compter du mois d'avril. Pierre Branco, ex-Directeur Général de Warner Bros Discovery France, Benelux et Afrique, rejoindra Newen Studios en qualité de Directeur Général.

Rodolphe Belmer, PDG du Groupe TF1, est nommé Président de Newen Studios.

### Mars

#### 6 mars 2024

Le groupe TF1 lance la quatrième promotion d'*Expertes à la Une*. Il s'agit d'un programme qui a pour vocation de renforcer la représentativité des femmes expertes dans ses rendez-vous d'information. Grâce à cette démarche volontariste, la part des femmes expertes sur les plateaux d'information de TF1 atteint 54% en 2023.

Pendant une année, ces 15 expertes auront l'opportunité de bénéficier d'un programme d'accompagnement et de *coaching* sur mesure sous le parrainage/marrainage de journalistes, rédacteurs en chef et présentateurs des rédactions de TF1 et LCI, parmi lesquels Gilles Bouleau, Anne-Claire Coudray et Marie-Sophie Lacarreau.

### Avril

#### 17 avril 2024

Samsung, *leader* mondial de la TV, et le groupe TF1 renforcent leur partenariat pour offrir aux consommateurs une expérience télévisuelle plus *premium* et personnalisée que jamais. Cette

## TF1 - Information financière – 2024

collaboration inclut un accès direct aux services de *streaming* de TF1+ sur les *Smart TV*, une intégration en première visibilité dans l'interface du téléviseur et une personnalisation accrue pour un accès direct et naturel à ses contenus préférés dès l'allumage.

### Mai

#### 31 mai 2024

Le premier *The Voice Café* ouvrira ses portes à Villeneuve d'Ascq, près de Lille, le jeudi 27 juin.

Ce concept novateur immergeant les visiteurs dans l'univers de *The Voice* démontre les synergies entre les différentes expertises du groupe TF1.

### Juin

#### 12 juin 2024

La SACD, la SCAM, AnimFrance, le SATEV, le SPECT, le SPI, l'USPA et le SEDPA d'une part, et le Groupe TF1 d'autre part, ont conclu un accord définissant les engagements du Groupe TF1 en faveur de l'exposition de programmes jeunesse et d'animation et de financement d'œuvres audiovisuelles d'animation.

Les organisations signataires de cet accord sont convenues de mettre en œuvre, dès maintenant, une amélioration significative des droits acquis par le Groupe TF1 dans les œuvres d'animation, notamment en vue de leur exploitation par TF1+, en contrepartie d'un investissement financier unitaire renforcé.

#### 17 juin 2024

TF1 +, la plateforme de *streaming* gratuite du Groupe TF1 arrive en Belgique et au Luxembourg. L'application TF1+ est disponible en 4 écrans : sur mobile, tablette et ordinateur, ainsi que sur l'intégralité de l'univers *Smart TV* (Google TV, TV sous Android TV, Samsung, LG, Hisense, Sony, Philips, Amazon Fire TV, Apple TV...).

Cette expansion à l'international illustre l'ambition du Groupe TF1 de positionner TF1+ comme la plateforme de *streaming* gratuite de référence de la francophonie.

### Juillet

#### 10 juillet 2024

Le groupe TF1 initie une stratégie d'agrégation en accueillant au sein de sa plateforme TF1+ les offres audiovisuelles de grandes marques incontournables et référentes : L'Équipe, Le Figaro et Deezer. Ces premiers accords marquent une nouvelle étape du déploiement de la stratégie d'accélération digitale du groupe TF1 avec l'agrégation de contenus tiers, attractifs et complémentaires.

Ces nouveaux contenus sont accessibles dès la page d'accueil de TF1+ via une entrée par thématique et dans la rubrique « direct », aux côtés des chaînes *live* du Groupe et d'une cinquantaine de chaînes FAST déjà disponibles sur TF1+.

#### 24 juillet 2024

L'ARCOM a présélectionné les candidatures des trois chaînes LCI, TMC, TFX dans le cadre de l'appel à candidatures pour 15 services de la TNT.

#### 25 juillet 2024

Newen Studios signe un accord engageant avec Timothy O. Johnson (fondateur) et A+E Networks en vue de l'acquisition de 63% de Johnson Production Group (JPG), entreprise de production et distribution de téléfilms établie aux Etats-Unis. Cette acquisition permet à Newen Studios, qui détient déjà Reel One (à 63%, le solde du capital étant détenu par A+E Networks) de se renforcer à nouveau sur le marché dynamique et résilient des téléfilms.

En 2023, JPG a réalisé un chiffre d'affaires d'environ 60 millions de dollars (soit près de 55 millions d'euros), pour une marge opérationnelle de l'ordre de 30%.

#### 31 juillet 2024

Le groupe Newen Studios a finalisé l'acquisition d'une participation de 63% du capital du groupe Johnson Management Group, un des acteurs majeurs de la production et de la distribution de téléfilms dans le monde, basé aux Etats-Unis.

**Septembre****17 septembre 2024**

Le groupe TF1 accueille sur sa plateforme TF1+ deux acteurs incontournables : ARTE, acteur européen de référence dans la production et la diffusion de programmes culturels ainsi que A&E Television Networks (AETN), groupe de télévision américain référent dans le domaine du documentaire. Avec ces deux nouveaux partenariats, TF1+ conforte son positionnement de *leader* du *streaming premium* gratuit. Ces nouveaux partenariats permettront à TF1+ d'enrichir son catalogue avec l'agrégation de contenus tiers attractifs, sur des thématiques à forte valeur ajoutée et complémentaires des programmes déjà présents sur la plateforme.

**26 septembre 2024**

Après son lancement en Belgique et au Luxembourg en juillet, TF1+ continue son déploiement dans les pays francophones et est disponible en Suisse, sur mobile et tablette, ainsi que sur la quasi-intégralité de l'univers *Smart TV*. Cette expansion à l'international illustre l'ambition du Groupe TF1 de positionner TF1+ comme la plateforme de *streaming* gratuite de référence de la francophonie.

**26 septembre 2024**

Le groupe a signé un accord de cession concernant l'ensemble des classes de produits et services de l'une de ses marques à l'exception de celles relatives aux activités audiovisuelles, de divertissements et à l'hôtellerie.

**Octobre****04 octobre 2024**

TF1+ devient la première plateforme du marketing digital « *full-funnel* » pour les marques. Après le succès du lancement de TF1+ en début d'année, le groupe TF1 franchit une nouvelle étape dans sa stratégie d'accélération digitale en dévoilant sa feuille de route publicitaire dans l'univers du *streaming*, avec une ambition claire : être la plateforme de référence du marketing *full-funnel* et accompagner les marques dans

l'intégralité de leur stratégie digitale. TF1 PUB, la régie publicitaire du Groupe, déploie la première suite complète de solutions publicitaires intégrées et d'outils technologiques innovants (formats *display premium*, nouvelles mécaniques de contenus personnalisés, gamme de formats *Playable Ads*, formats *Shoppable Ad*, création du *Graph:ID* TF1...)

**17 octobre 2024**

Le Groupe TF1 et les organisations cinéma du BLIC, du BLOC et de l'ARP annoncent la signature d'un nouvel accord sur les trois prochaines années prévoyant un accompagnement renforcé du groupe TF1 envers le cinéma et lui permettant de moderniser ses droits afin d'accompagner les changements d'usage du public. Ce nouvel accord se traduit par une augmentation des investissements en préachats et en achats du Groupe TF1 en faveur de la création cinématographique française et européenne, un engagement renforcé en faveur de la production, un élargissement de l'exposition des œuvres sur TF1+, et la réaffirmation, indépendamment de son obligation réglementaire d'investissement, du Groupe TF1 de son soutien en matière d'acquisition de droits à hauteur de 19,2 M€ minimum d'achats d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression originale française par an.

**Novembre****7 novembre 2024**

La plateforme de *streaming* gratuite TF1+ propose désormais les contenus ARTE, acteur européen de référence dans la production et la diffusion de programmes culturels. Ce nouveau partenariat permet à TF1+ d'enrichir son catalogue avec l'agrégation de contenus tiers attractifs et à ARTE de bénéficier des audiences puissantes de TF1+ et de sa distribution massive sur tous les écrans.

Avec cette stratégie d'agrégation, TF1+ conforte son positionnement de *leader* du *streaming premium* gratuit et proposera à fin 2024 environ 30 000 heures de contenus, à tout moment, contre 15 000 heures au lancement de la plateforme.

## TF1 - Information financière – 2024

### 13 novembre 2024

Les groupes audiovisuels France Télévisions, M6 et TF1, les principales organisations de gestion collective -l'ADAMI, la SACD, la SACEM et la SCAM- ainsi que les syndicats de producteurs - ANIMFRANCE, le SPI et l'USPA- se sont réunis pour officialiser la création de « LaFA, la filière audiovisuelle ».

Dans un contexte de bouleversements profonds du secteur, l'ambition de LaFA est d'assurer la solidité de son modèle économique, d'accompagner sa transformation, de garantir la diversité et le renouvellement de la création, et d'assurer le rayonnement de l'exception culturelle française.

LaFA a pour objectif de produire des éléments de compréhension de notre secteur, de ses enjeux économiques et culturels, destinés à l'ensemble des parties prenantes : régulateur, législateur, gouvernement, commission européenne, et tous les acteurs qui s'intéressent aux évolutions de l'audiovisuel français.

### 26 novembre 2024

Newen Studios, le Groupe TF1 et Netflix sont heureux d'annoncer la production d'une série quotidienne événementielle. Cet accord de cofinancement inédit réunit les savoir-faire de Newen Studios, premier producteur de feuilletons quotidiens, du Groupe TF1, premier groupe audiovisuel privé d'Europe, et de Netflix, *leader* mondial du divertissement. Cette création originale s'inscrit dans l'univers de la musique et de la danse et se présente comme une grande saga familiale.

Avec ce partenariat ambitieux et novateur, les trois groupes réaffirment leur position d'acteurs clés de la création. Ce projet permettra de dynamiser la filière de la création en région et l'émergence de nouveaux talents. La série sera tournée au 1er semestre 2025 et diffusée sur TF1, TF1+ et sur Netflix, 5 jours avant la diffusion gratuite sur TF1.

## Décembre

### 12 décembre 2024

Après la sélection des chaînes LCI, TMC et TFX par l'ARCOM le 24 juillet dernier, dans le cadre de l'appel à candidatures pour 15 services de la TNT, l'Autorité a délivré, ce jour, leurs autorisations pour une durée de dix ans, renouvelable pour une durée supplémentaire de 5 ans. Ces décisions démontrent la qualité des dossiers proposés et la contribution significative des chaînes du Groupe TF1 à l'information et au divertissement des Français, dans le respect rigoureux de la régulation et de nos institutions.

En outre, au travers de ces nouvelles conventions, le Groupe TF1 formalise des engagements supplémentaires au bénéfice de la création et de l'information.

### 20 décembre 2024

CMI France et TF1 PUB, la régie publicitaire du groupe TF1, sont heureux d'annoncer la signature d'un nouvel accord concernant la prise en régie de Réels TV, la chaîne de CMI France dédiée aux documentaires, aux débats et aux divertissements.

Ce partenariat illustre parfaitement la volonté du groupe TF1 d'accompagner des médias innovants dans leur développement et de répondre aux attentes toujours plus diversifiées des annonceurs.

## 1.3. Evénements majeurs survenus depuis la clôture

### 06 janvier 2025

TF1 fête son 50<sup>ème</sup> anniversaire. Alors qu'au fil des années, de multiples offres de programmes et d'information se sont déployées, TF1 a réussi à renforcer son ancrage et son rôle au sein dans la société française. Ainsi, 81% des Français déclarent que TF1 les accompagne au quotidien, et 80% considèrent que TF1 est incontournable. Ces chiffres témoignent de la relation de confiance et de proximité que TF1 a su établir et

maintenir avec toutes les générations. Depuis 50 ans, sa mission est de divertir, informer et rassembler les Français grâce à une offre de programmes qualitative et diversifiée et une information exigeante référente, en résonance avec la vie du pays.

### **08 janvier 2025**

TF1+ célèbre son premier anniversaire. TF1+ a su s'imposer comme un acteur incontournable du *streaming* avec près de 9 Français sur 10 (soit 54 millions de *streamers*) ayant déjà utilisé la plateforme. Chaque mois, c'est en moyenne 33 millions de *streamers* qui profitent de la richesse et de la profondeur de catalogue de la plateforme. TF1+ a enregistré plus d'1,2 milliard d'heures vues, soit 1,5x la consommation de son premier concurrent français. La plateforme propose un catalogue de 30 000 heures de contenus *premium*, en illimité et gratuitement.

### **13 janvier 2025**

Le Groupe TF1 se réjouit de la décision de l'ARCOM officialisée ce jour de constituer un bloc regroupant toutes les chaînes d'information en continu. A compter du 6 juin 2025, LCI occupera le canal 15 de la TNT. Plus largement, le Groupe TF1 salue cette décision fondée sur les principes fondamentaux de la loi de 1986, à savoir l'intérêt du public, le respect du pluralisme et l'équité entre les éditeurs.

### **22 janvier 2025**

Newen Studios deviendra Studio TF1 à compter de mars 2025 afin :

- D'être mieux identifié à l'international, en se positionnant notamment sur des propriétés intellectuelles à vocation mondiale.
- De renforcer les synergies avec les antennes du Groupe, avec notamment le lancement sur TF1 et TF1+ en 2025 de la quatrième série quotidienne *Tout pour la lumière* en partenariat avec Netflix.
- De renforcer le pôle cinéma, d'une part avec un catalogue de films étoffé pouvant bénéficier de l'appui de TF1, et d'autre part avec une nouvelle activité de distribution en salle à partir de 2026.

## 1.4. Analyse des résultats consolidés

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 et selon la norme IFRS 16.

### Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 s'élève à 2 356 millions d'euros en 2024, soit une hausse de 2,6% par rapport à l'an dernier, portée par ses deux segments d'activité.

Le chiffre d'affaires du secteur Média s'établit en 2024 à 2 011 millions d'euros, en hausse de 2,2% par rapport à 2023.

Le chiffre d'affaires de Newen Studios s'établit à 345 millions d'euros en 2024, en hausse de 4,6% sur un an.

### Coût des programmes et autres produits et charges d'exploitation

#### Coût des programmes

Le coût des programmes du Groupe s'élève à 986 millions d'euros à fin décembre, en hausse de 26 millions d'euros sur un an pour accompagner un marché publicitaire plus dynamique sur les neuf premiers mois de l'année ainsi que le lancement de TF1+.

#### Autres produits, charges, amortissements et provisions

A fin décembre 2024, les autres charges, amortissements et provisions s'élèvent à 1 073 millions d'euros, en légère hausse par rapport à leur niveau à fin décembre 2023 (1 049 millions d'euros). Cette hausse intègre notamment des dépenses liées au lancement de TF1+, des charges en lien avec l'activité soutenue du pôle musique,

ainsi que la dépréciation des parts de coproduction de TF1 SA.

### Résultat opérationnel courant des activités

Le ROCA s'élève à 297 millions d'euros en 2024, en hausse de 9 millions d'euros.

La marge des activités ressort à 12,6%, en légère progression par rapport à 2023 (+0,1 pt), atteignant ainsi l'objectif d'un taux de marge globalement stable dans une année de transformation profonde du Groupe.

### Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel s'établit à 271 millions d'euros. Il intègre -18 millions d'euros de produits et charges non courants liés à l'ambition d'accélération digitale du Groupe, comprenant essentiellement une extension du dispositif de GEPP (Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels) signé en juillet 2023.

### Résultat net

Le résultat net part du Groupe s'établit à 206 millions d'euros, soit une hausse de 14 millions d'euros sur un an.

### Structure financière

Au 31 décembre 2024, le groupe TF1 dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 506 millions d'euros, stable sur un an.

La forte génération de cash-flow libre en 2024 (229 millions d'euros avant BFR et 191 millions d'euros après BFRs), a permis de couvrir le versement par TF1 d'un dividende de 116 millions d'euros et l'acquisition de JPG pour près de 65 millions d'euros<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Tenant compte de l'abandon par A+E Networks de l'option de vente qui lui avait été consentie par Newen Studios sur ses 35% détenus dans Reel One.

Au 31 décembre 2024, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 758 millions d'euros, dont 198 millions d'euros pour le pôle Newen.

Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées et non tirées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le groupe Bouygues.

Au 31 décembre 2024, les tirages ont été réalisés à hauteur de 143 millions d'euros pour le pôle Newen dans le Groupe Bouygues.

## Retour aux actionnaires

Conformément à l'objectif communiqué en février 2024 de viser une politique de dividendes en croissance, le Conseil d'Administration proposera à l'Assemblée Générale des actionnaires du 17 avril 2025 le versement d'un dividende de 0,60 euro par action, soit +9% par rapport à 2024.

Les dates de détachement, d'arrêté des positions et de paiement sont respectivement fixées au 24 avril, 25 avril et 28 avril 2025.

## Actionnariat

	Situation au 31 décembre 2024		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	97 287 021	46,1%	46,1%
<b>Salariés TF1</b>	22 038 788	10,4%	10,4%
dont FCPE TF1 (3)	21 603 080	10,2%	10,2%
dont salariés au nominatif (4)	435 708	0,2%	0,2%
<b>Flottant</b>	91 695 726	43,5%	43,5%
dont flottant étranger (1)	64 171 174	30,4%	30,4%
dont flottant France (1) (2)	27 524 552	13,0%	13,0%
<b>Autodétention</b>	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	211 021 535	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2023		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	95 757 800	45,4%	45,4%
<b>Salariés TF1</b>	22 300 069	10,6%	10,6%
dont FCPE TF1 (3)	21 654 761	10,3%	10,3%
dont salariés au nominatif (4)	645 308	0,3%	0,3%
<b>Flottant</b>	92 839 912	44,0%	44,0%
dont flottant étranger (1)	63 478 710	30,1%	30,1%
dont flottant France (1) (2)	29 361 202	13,9%	13,9%
<b>Autodétention</b>	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	210 897 781	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2022		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	93 677 800	44,5%	44,5%
<b>Salariés TF1</b>	20 785 926	9,9%	9,9%
dont FCPE TF1 (3)	20 454 853	9,7%	9,7%
dont salariés au nominatif (4)	331 073	0,2%	0,2%
<b>Flottant</b>	96 021 909	45,6%	45,6%
dont flottant étranger (1)	61 515 462	29,2%	29,2%
dont flottant France (1) (2)	34 506 447	16,4%	16,4%
<b>Autodétention</b>	0	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	210 485 635	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.

## 1.5. Information sectorielle

### Média

#### Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du secteur Média s'établit en 2024 à 2 011 millions d'euros, en hausse de 2,2% par rapport à 2023.

Le chiffre d'affaires publicitaire du secteur Media s'élève à 1 644 millions d'euros, en croissance de 2,3% sur un an.

Le chiffre d'affaires publicitaire linéaire ressort stable sur un an malgré un contexte concurrentiel inédit avec la diffusion des Jeux Olympiques par France Télévisions, et un marché moins dynamique qu'attendu sur les deux derniers mois de l'année.

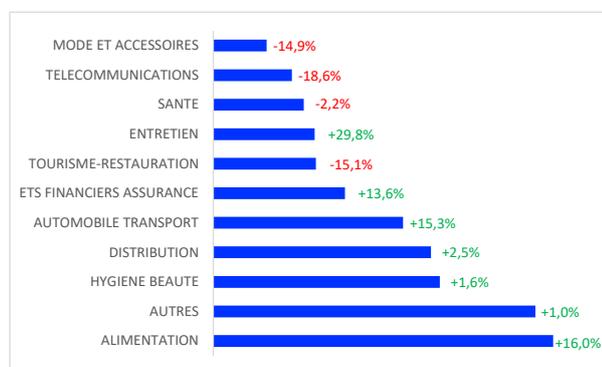
## TF1 - Information financière – 2024

Le chiffre d'affaires publicitaire de TF1+<sup>1</sup> s'établit à 146 millions d'euros, soit une forte hausse de 39,2%, confirmant l'attractivité de la plateforme pour les annonceurs.

Le chiffre d'affaires Média hors publicité s'élève à 368 millions d'euros, en progression de 1,9% par rapport à l'an dernier.

Selon les données issues de Kantar Média, les recettes brutes des chaînes en clair du groupe TF1 sont en hausse de 4,3% par rapport à fin décembre 2023.

Le poids des secteurs et l'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) sur l'année 2024, pour les cinq chaînes en clair, est présentée ci-dessous.



Source: Kantar Média, 2024 vs. 2023

### Résultat opérationnel courant des activités

Le résultat opérationnel courant des activités du pôle Média s'établit à 259 millions d'euros, en légère progression sur un an, conduisant à un taux de marge de 12,9% proche de celui de 2023 (-0,1 pt).

Malgré un marché publicitaire linéaire moins dynamique qu'attendu sur la fin de l'année, la cession de la marque Ushuaia a permis d'accélérer les investissements dans la plateforme TF1+.

### Audiences Média<sup>2</sup>

Après un premier semestre où le Groupe était en forte progression sur toutes les cibles sur un an,

<sup>1</sup> Pour rappel, le chiffre d'affaires publicitaire de TF1+ ne comprend pas le chiffre d'affaires de la télévision segmentée, des abonnements à TF1+ Premium et de TF1Info.fr.

les parts d'audience du Groupe ont résisté durant l'été, face à un contexte concurrentiel inédit avec la diffusion des Jeux Olympiques de Paris par France Télévisions. Au quatrième trimestre, le Groupe a immédiatement retrouvé son leadership sur cibles commerciales avec ses programmes fédérateurs (*Cat's Eyes*, le rugby avec *l'Autumn Nations Series*).

Ainsi, à fin décembre, la part d'audience du Groupe sur la cible des Individus 25-49 est globalement stable sur un an (-0,1 pt).

### TF1

En 2024, la chaîne TF1 reste *leader* sur toutes les cibles et maintient un écart significatif avec son principal concurrent commercial :

- Chez les FRDA <50, sa part d'audience est de 22,6%, soit un écart de +9,8 pts ;
- Chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, sa part d'audience est de 20,4%, soit un écart de +8,2 pts.

A fin décembre 2024, la chaîne enregistre d'excellentes performances dans tous les genres, grâce à une programmation *premium* et événementielle :

- **Fiction française** : La fiction française est plus que jamais au cœur de la stratégie éditoriale du Groupe. La série *HPI* signe une excellente performance, avec jusqu'à 9,7 millions de téléspectateurs, soit 60,1% de part d'audience chez les FRDA <50 et illustre la pertinence de cette stratégie. TF1 a su proposer de nouvelles fictions qui ont rencontré un grand succès, à l'image de la série *Cat's Eyes*, avec jusqu'à 6,7 millions de téléspectateurs, soit 41,7% de part d'audience chez les FRDA <50, ou *Brocéliande*, avec jusqu'à 5,8 millions de téléspectateurs, soit jusqu'à 33,0% de part d'audience chez les FRDA <50.
- **Divertissement** : Sur l'année 2024, les programmes emblématiques de divertissement de TF1 se sont à nouveau distingués par leur capacité à rassembler les téléspectateurs et créer l'événement. Les

<sup>2</sup> Source : Médiamétrie – Médiamat.

grandes franchises de divertissement ont confirmé leur succès, à l'image de la dernière saison de *Koh-Lanta*, *La Tribu Maudite*, avec 4,1 millions de téléspectateurs en moyenne, et jusqu'à 51,7% de part d'audience chez les FRDA <50, *Danse avec les stars* qui a réuni 3,6 millions de téléspectateurs en moyenne, avec jusqu'à 40,5% de part d'audience chez les FRDA <50, *The Voice Kids*, avec 3,0 millions de téléspectateurs en moyenne, et jusqu'à 21,7% de part d'audience chez les FRDA <50, ou encore l'élection de *Miss France*, réunissant jusqu'à 7,6 millions de téléspectateurs, soit 63,5% de part d'audience chez les FRDA <50. Le spectacle des *Restos du Coeur* a réalisé la meilleure audience de flux de l'année avec 9,4 millions de téléspectateurs, soit 57,7% de part d'audience chez les FRDA <50.

- **Information** : Dans un contexte marqué par une actualité internationale et politique dense, l'offre d'information du Groupe continue de faire référence, en témoigne l'intervention de l'ancien Premier Ministre Gabriel Attal du 1<sup>er</sup> juillet 2024, suivie par 7,6 millions de téléspectateurs. Les journaux confirment leur *leadership*, *Le journal de 20h* réunissant jusqu'à 6,9 millions de téléspectateurs et *Le journal de 13h* rassemblant jusqu'à 6,1 millions de téléspectateurs. La matinale *Bonjour !* poursuit sa progression et double la part d'audience de la case pour atteindre près de 9% en moyenne sur la cible 4+ en 2024 et jusqu'à 10% en fin d'année.
- **Cinéma** : L'offre cinéma reste très plébiscitée par le public en 2024, comme l'illustre la performance du film français *Maison de retraite*, atteignant 7,0 millions de téléspectateurs et 43,5% de part d'audience chez les FRDA <50, ou *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon dieu ?*, réunissant 6,6 millions de téléspectateurs et 39,1% de part d'audience chez les FRDA <50 .
- **Sport** : L'offre de sport est très fédératrice, avec notamment la diffusion de L'Euro 2024 de

football et le match Espagne – France du 9 juillet 2024 suivi par 16,1 millions de téléspectateurs, soit une part d'audience de 77,9% chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, signant la meilleure audience de l'année, hors Jeux Olympiques de Paris.

### TF1+

Après seulement un an d'existence, TF1+ est devenu la plateforme de *streaming* gratuite de référence pour les francophones, avec des succès enregistrés sur l'ensemble des piliers de valeur :

- Notoriété : TF1+ atteint 78%<sup>1</sup> de notoriété assistée, contre 73% lors de la première mesure de février 2024.
- 1<sup>ère</sup> visibilité : l'application est en 1<sup>ère</sup> visibilité pour 58% des foyers possédant une TV connectée<sup>2</sup>, dépassant ainsi l'objectif de 55% à fin 2024.
- Consommation : TF1+ propose à tout moment 30 000 heures de programmes incluant les contenus tiers agrégés (Arte, Deezer, L'Equipe, Le Figaro.TV, A+E Networks), contre 15 000 heures au lancement. La plateforme a rassemblé en moyenne 33 millions de *streamers* mensuels en 2024 avec un record à 35 millions. 1,2 milliard d'heures<sup>3</sup> ont été visionnées sur TF1+ en 2024, soit 1,5x la consommation du deuxième acteur. En vision *site centric*<sup>4</sup>, la consommation est en forte progression de 55% sur un an.
- Pression publicitaire : 5 minutes de publicité par heure en moyenne sont diffusées sur TF1+, contre moins de 4 minutes historiquement sur MYTF1 et un objectif de 6 minutes à terme.
- Monétisation : le CPM s'établit à 13,5€ en moyenne, contre 12€ sur MYTF1 et un objectif d'environ 15€ à terme.

<sup>1</sup> Baromètre image TF1+ | Panel Toluna en février 2024 et Bilan d'efficacité publicitaire campagne TF1+ | Iligo 2024.

<sup>2</sup> Panel BVA XSight Décembre 2024 - Première visibilité de TF1+ sur les télévisions connectées en % des foyers – TV connectée = Smart TV + box opérateurs + Chromecast/Apple TV etc.

<sup>3</sup> Selon Médiamétrie.

<sup>4</sup> Environnements hors Canal+, Molotov et Apps OTT FAI / hors Live.

## TF1 - Information financière – 2024

### Chaînes TNT

Sur l'ensemble de l'année 2024, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI, maintient son *leadership* sur cibles commerciales avec 10,9% de part d'audience chez les FRDA <50 (en hausse de 0,2 pt sur un an) et 10,1% de part d'audience chez les Individus âgés de 25 à 49 ans (stable sur un an).

#### TMC

Sur l'année 2024, TMC confirme ses hauts niveaux records et conserve son large *leadership* TNT sur cibles commerciales, avec 4,6% de part d'audience sur les FRDA <50 (+0,1 pt sur un an) et 4,5% sur les 25-49 ans (stable sur un an). Ces performances sont d'autant plus remarquables qu'il s'agit d'une année atypique avec la concurrence exceptionnelle des Jeux Olympiques de Paris 2024.

*Quotidien* confirme son statut de programme le plus puissant de la TNT et réalise sa meilleure année historique avec 2,0 millions de téléspectateurs en moyenne et 19% de part d'audience sur son cœur de cible 25-49.

TMC est la chaîne qui diffuse le plus de cinéma en *prime-time* en TNT, elle enregistre la meilleure audience cinéma de l'année avec *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon dieu ?* qui a rassemblé 1,3 million de téléspectateurs.

L'offre de flux est portée par le succès de ses grandes marques, à l'image de *L'Agence* et *CANAP'*, qui ont respectivement rassemblé 1,1 million et 1,0 million de téléspectateurs.

#### TFX

En 2024, TFX confirme ses hauts niveaux sur son cœur de cible, les FRDA <50, avec 3,4% de part d'audience, stable sur un an. TFX se place troisième chaîne TNT sur cette cible.

L'offre de flux en *prime time* est toujours aussi attractive, portée par des marques puissantes à l'image de *Detox ta Maison* et *Cleaners*, qui enregistrent 4% de part d'audience chez les FRDA <50, ou encore *Baby Boom* avec 5% de part d'audience chez les FRDA <50.

L'offre cinéma reste très puissante avec jusqu'à 0,9 million de téléspectateurs pour *La mémoire dans la peau* et *La planète des singes les origines*, ou encore 7% de part d'audience chez les FRDA <50 pour le *blockbuster* *Spiderman*.

L'offre en *day time* enregistre de très bonnes performances avec la nouvelle saison de *La villa des cœurs brisés* (9% de part d'audience chez les FRDA <50) ou *Mamans et Célèbres* (jusqu'à 12% de part d'audience chez les FRDA <50).

#### TF1 Séries Films

Sur l'année 2024, TF1 Séries Films affiche sa meilleure performance depuis 3 ans sur son cœur de cible FRDA<50, avec une part d'audience à 2,5%, en hausse de 0,1 point sur un an. Elle enregistre également une très bonne performance sur les 4+ avec 1,8% de part d'audience, en hausse de 0,1 pt sur un an.

La chaîne continue de performer en soirée grâce à la puissance de son offre cinéma, à l'image du *blockbuster* *L'arme fatale* (jusqu'à 1,1 million de téléspectateurs), du film inédit *Mr Wolff* (0,9 million de téléspectateurs), ou encore du film familial *SOS Fantômes* (à 5% de part d'audience sur les FRDA <50), mais également des séries US avec *NY Section Criminelle* (3% de part d'audience sur les FRDA <50), ou encore de la fiction française avec *Camping Paradis* (jusqu'à 0,7 million de téléspectateurs).

#### LCI

Sur l'année 2024, LCI est la troisième chaîne d'information avec une part d'audience de 1,7 % sur les 4+.

LCI enregistre également de bonnes performances sur les cibles commerciales : 0,8% chez les Individus âgés de 25 à 49 ans (-0,1 pt sur un an) et 1,4% chez les ICSP+ (-0,2 pt sur un an).

### Chaînes Thématiques (TV Breizh, Histoire TV et Ushuaïa TV)

Sur l'année 2024, les trois chaînes thématiques ont enregistré de bonnes performances :

- TV Breizh réalise une année historique sur la cible FRDA<50 et sur l'ensemble des 4+, avec

0,8% de part d'audience, notamment grâce à son offre de cinéma et de nouveautés séries. Plus de 7,5 millions de personnes regardent TV Breizh chaque mois.

- Ushuaïa TV réalise une 2<sup>ème</sup> année historique avec 0,1% de part d'audience sur la cible 4+. Plus de 3,2 millions de personnes regardent Ushuaïa TV chaque mois. La chaîne poursuit la politique d'événementialisation de son antenne autour de cycles thématiques (alimentation durable, Japon, montagnes...) et de productions et acquisitions emblématiques (*Wildlive Expeditions Nouvelle Calédonie, Au fil de l'eau, Les voyageurs solidaires, Justice climatique, Objectif Wild crocodiles...*).
- Histoire TV enregistre une nouvelle vague d'audience record chez les 4+. Plus de 3,5 millions de personnes regardent Histoire TV chaque mois. La chaîne poursuit également la politique d'événementialisation de son antenne autour de cycles thématiques liés à des dates anniversaires ou clefs de l'Histoire (élections américaines, réouverture de Notre-Dame...) et de productions ou acquisitions emblématiques (Etats-Unis, la bataille de l'avortement, Jules César, la fabrique d'un dictateur, Et Haussmann créa Paris, Act Up ou le chaos...).

## Filiales

### e-TF1

L'année 2024 a été marquée par le lancement de TF1+ le 8 janvier 2024. Le développement de la plateforme s'est poursuivi durant l'année 2024 avec le lancement de la plateforme en Belgique, Luxembourg et Suisse, et le déploiement de sa stratégie d'agrégation de contenus tiers. Le chiffre d'affaires est en forte hausse sur un an, porté par les bonnes performances du chiffre d'affaires publicitaire et de distribution.

### TF1 Production

L'activité est en retrait sur un an, en lien avec l'arrêt de livraisons de divertissements sur un an, notamment *Time to Love, Cannes Comedy Show* et *Paranormal*, ainsi que du moindre nombre

d'émissions de narration ou magazines, telles que *Familles Nombreuses* ou *90' Enquêtes*.

### Musique/événements

L'activité est en hausse sur un an, portée par les activités de musique et notamment Play2 avec le développement de l'activité *Live* (Dadju/Tayc, Slimane, MC Solaar, Kaaris) et de l'activité spectacle (Molière, Toutankhamon).

### E-commerce

L'activité de e-commerce est en retrait sur un an.

### TF1 Business Solutions

L'activité est en retrait sur un an, en lien notamment avec une activité moindre chez TF1 Factory (production en 2023 d'un événement FIFA).

### TF1 Films Production

L'activité est en léger retrait sur un an, avec 17 films sortis en salle en 2024, dont notamment *Monsieur Aznavour, Jamais sans mon psy, Sarah Bernhardt, la divine* et *En tongs au pied de l'Himalaya*.

## Newen Studios

Le chiffre d'affaires de Newen Studios s'établit à 345 millions d'euros en 2024, en hausse de 4,6% sur un an. JPG, dont l'acquisition a été finalisée au 31 juillet 2024, contribue au chiffre d'affaires à hauteur de 24 millions d'euros sur cinq mois.

Compte-tenu du renforcement des synergies entre Newen Studios et le pôle Média, avec notamment le lancement de *Plus belle la vie, encore plus belle* en janvier dernier, l'activité globale de Newen Studios ressort stable en 2024, hors JPG.

Le quatrième trimestre a été marqué par la livraison de nombreuses productions à l'image des deuxièmes saisons de *Marie-Antoinette* pour Canal+ et de *Memento Mori* pour Prime Video.

## **TF1 - Information financière – 2024**

Le résultat opérationnel courant des activités de Newen Studios s'établit à 38 millions d'euros à fin décembre 2024. Le pôle retrouve une marge des activités à deux chiffres en 2024, à 11,0% (+1,6 pt par rapport à 2023).

## 1.6. Responsabilité sociétale de l'entreprise

Conformément à la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), le groupe TF1 est soumis à la publication de son premier rapport de durabilité en 2025 sur l'année fiscale 2024. Celui-ci sera publié dans le Document d'enregistrement universel du Groupe.

La démarche de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise s'inscrit pleinement dans la stratégie du groupe TF1 et repose sur 5 piliers essentiels : réduire les impacts carbone et environnementaux des activités ; proposer des contenus en faveur de la transition écologique ; innover dans les solutions proposées aux annonceurs pour favoriser une publicité responsable ; représenter la société française dans toute sa diversité ; et promouvoir la solidarité et le soutien aux personnes vulnérables.

### Réduire les impacts carbone et environnementaux des activités

Fin 2023, le SBTi (*Science Based Target Initiative*) a validé les objectifs de décarbonation du groupe TF1 à horizon 2030 visant à réduire de 42 % ses émissions directes de gaz à effet de serre (scopes 1 et 2) et de 25 % ses émissions indirectes (scope 3), par rapport à 2021. Le plan de transition de TF1 s'articule autour de trois chantiers prioritaires (éco-production, achats et numérique responsables) et deux chantiers symboliques (mobilité et énergie des bâtiments).

Pour accélérer sur l'éco-production, le groupe TF1 a annoncé en 2024 l'arrivée d'une Responsable éco-production au sein de la direction des Contenus, défini des objectifs chiffrés à horizon 2028 sur l'éco-production et alloué une enveloppe budgétaire dédiée. Les efforts du Groupe en matière d'éco-production ont été reconnus au travers de l'obtention, en 2024, de 7 labels Ecoprod Performance et 6 labels Engagement, certifiés par l'Afnor. *Danse avec les stars*, émission coproduite par TF1 Production et BBC Studios France, a par exemple obtenu le label Performance 2 étoiles et réduit de plus de 26% ses émissions de CO<sub>2</sub> à travers des actions sur les

moyens techniques, les décors et costumes, les déplacements, les déchets et la post-production.

Le numérique responsable concerne le cœur de l'ensemble des activités du groupe TF1 : matériel utilisé sur les tournages, fonctionnement des régies ou encore flux de données liées à l'utilisation de TF1+. Parmi les actions phares en 2024, le Groupe a mis en œuvre la basse définition par défaut sur la plateforme TF1+ ainsi qu'une page de sensibilisation sur l'impact du numérique et les éco-gestes à adopter. 4 nouvelles actions ont en outre été mises en œuvre par la Direction des Technologies sur le numérique responsable : le suivi du volume de stockage, la rationalisation des applications internes et équipements informatiques, le prolongement de leur durée de vie (ex. : ordinateurs) et la sensibilisation à l'extinction des infrastructures hors production en heures non ouvrées.

En 2024, la feuille de route achats RSE de TF1 a été mise à jour pour aller encore plus loin dans sa démarche de décarbonation. Le questionnaire RSE a ainsi été renforcé et étendu à l'ensemble des contrats. Les modalités de déplacement des fournisseurs de prestations intellectuelles sont ainsi plus détaillées et fortement pondérées, et l'électrification des politiques véhicules est suivie à travers un KPI. D'autre part, depuis 2022, la Direction des Achats a engagé une cinquantaine de fournisseurs dans la signature d'une clause carbone, qui implique un suivi de la démarche de réduction de l'empreinte carbone au fur et à mesure de la relation contractuelle.

### Proposer des contenus en faveur de la transition écologique sur les antennes du Groupe et sur TF1+

La direction de l'Information de TF1 déploie une feuille de route Climat dont l'ambition consiste à enrichir son offre de contenus à travers une signature « Notre planète » permettant aux téléspectateurs de mieux identifier ces reportages. Les formats immersifs présentés par Yani Khezzar, tels que celui sur les limites planétaires diffusé au Journal Télévisé de 20h de

## TF1 - Information financière – 2024

TF1 à l'occasion de la COP 29 en novembre 2024, participent eux aussi à cette approche pédagogique.

Les différents genres de programmes diffusés par les chaînes du Groupe (fiction, jeunesse, documentaire, magazine, etc.) participent en outre à la sensibilisation aux enjeux environnementaux. A l'occasion de la Journée Internationale de la Biodiversité, TMC a par exemple mobilisé son antenne pendant 24 heures en proposant une programmation exceptionnelle avec une sélection de films et documentaires dédiés aux problématiques environnementales. Ushuaïa TV a proposé en septembre un cycle « Tous engagés » comprenant la diffusion du documentaire inédit *Responsables, changer l'entreprise pour sauver la planète*, mettant en lumière des entrepreneurs en faveur de la transition écologique. TFOU s'est également mobilisé pour sensibiliser les enfants, notamment avec un épisode spécial de *Miraculous* intitulé « Action », où les personnages luttent contre la pollution plastique à Paris.

Ces contenus sont notamment mis en valeur par la nouvelle verticale Impact lancée en 2024 sur TF1+ et entièrement dédiée aux contenus responsables. Elle est régulièrement mise à jour en fonction de l'actualité (ex. : journées spéciales sociales ou environnementales) et des contenus agrégés par la plateforme (ex. : intégration des documentaires Arte).

### **Innover dans les solutions proposées aux annonceurs pour favoriser une publicité responsable**

La régie TF1 PUB s'engage elle aussi dans la transition écologique de l'écosystème en mobilisant agences et annonceurs. L'offre « Impact Screens » (161 diffusions en 2024 pour un CA de 1,40M€ Net) permet par exemple de mettre en valeur des écrans introduits par des jingles et exclusivement réservés aux spots faisant la promotion de produits ou services répondant aux normes reconnues et validées par l'ADEME.

Le fonds Ecofunding, 100% financé par le groupe TF1, encourage les annonceurs et marques à faire la promotion de produits ou de services affichant

l'un des critères d'éligibilité recommandé par l'ADEME. Chacune des campagnes déclenche ensuite un abondement de la part de TF1, au prorata du budget média investi par l'annonceur. Au global en 2024, 25,64% des films publicitaires diffusés sur les chaînes du groupe TF1 portent sur un produit/service plus respectueux de l'environnement ou intègrent un message responsable (recyclage, made in France, ...).

En janvier 2024, TF1 PUB a lancé Autopilot Carbon, une solution automatisée permettant de réduire de -3,7 % l'empreinte carbone de l'électricité utilisée pour la diffusion des publicités sur TF1+. Cette solution, qui s'appuie sur l'intelligence artificielle, est alimentée chaque jour par les données de RTE (Réseau de Transport d'Electricité) afin d'ajuster par tranche de 15 minutes la diffusion des spots publicitaires, en fonction des émissions carbone de la production électrique en France. La régie a également lancé des offres low carbon pour aider ses clients à réduire l'empreinte carbone de la diffusion des campagnes sur TF1+ en jouant sur certains paramètres : écrans, ciblage wifi, etc.

### **Représenter la société française dans toute sa diversité**

En interne, le groupe TF1 veille au respect de la diversité et l'inclusion auprès de l'ensemble des collaborateurs. Les résultats de l'enquête Mixity achevée en 2024 ont permis de mettre en lumière les efforts déployés depuis de nombreuses années pour s'assurer d'une juste représentation des diversités ainsi que d'un sentiment d'inclusion parmi les effectifs, en particulier en matière de mixité, de parentalité ou de handicap. D'autre part, en septembre 2024, la Fondation TF1 a présenté sa 17ème promotion d'alternants, composée de 9 jeunes issus des quartiers prioritaires de la ville, des zones rurales et de la France périurbaine. Une promotion synonyme également cette année d'une nouvelle équipe de direction et d'une feuille de route axée autour de deux enjeux : l'insertion professionnelle et l'éducation aux médias.

En externe, TF1 veille également à la représentation de la diversité dans l'ensemble de ses contenus, sur ses antennes et sur TF1+. Mercredi 6 mars 2024, le Groupe a lancé la

quatrième promotion d'« Expertes à la Une », initiative portée par la Direction de l'Information qui a pour vocation de renforcer la représentativité des femmes expertes dans ses rendez-vous d'information, grâce à un programme d'accompagnement et de coaching sur mesure sous le parrainage/marrainage de journalistes, rédacteurs en chef et présentateurs.

A l'occasion de la diffusion de la saison 2 de la série *Lycée Toulouse Lautrec* traitant du handicap, la Fondation TF1, en partenariat avec le Ministère de l'Agriculture, a créé la première édition des « Rencontres de la Fiction ». 120 lycéens et apprentis issus d'établissements professionnels agricoles ont pu découvrir le programme en avant-première et échanger avec les équipes de la série dont deux comédiennes. Le Groupe a en outre pris part pour la septième année consécutive à l'opération #DuoDay en accueillant dans l'entreprise et sur ses antennes des personnes en situation de handicap. Ainsi, le jeudi 21 novembre, TF1 et LCI ont offert une grande visibilité à l'évènement en permettant à des personnes en situation de handicap de coprésenter plusieurs émissions emblématiques telles que la Météo, les *Petits plats en équilibre* ou le tirage du Loto. Des sujets de sensibilisation avec des sportifs paralympiques ont également été diffusés, par exemple dans *la Matinale* ou la *Star Academy*.

Enfin, l'ensemble des typologies de contenus, au premier rang desquels les séries quotidiennes (*Demain nous appartient*, *Ici tout commence*, *Plus belle la vie*) et les émissions de divertissement en prime time (*Star Academy*, *Danse avec les stars*, *Koh Lanta...*) continuent à représenter la société dans toute sa diversité à travers leur casting.

### **Promouvoir la solidarité et le soutien aux personnes vulnérables**

Du lundi 27 mai au mardi 4 juin 2024, le groupe TF1 a renouvelé, avec deux acteurs référents dans la lutte contre le cancer : Gustave Roussy et la Fondation ARC, l'opération "Mobilisation Cancer, Tous ensemble avec les chercheurs" : une semaine spéciale d'appels aux dons au profit de la recherche contre le cancer grâce à la mobilisation des antennes et sa plateforme de streaming gratuite TF1+. Le groupe TF1 poursuit

ses engagements historiques en soutenant diverses campagnes de sensibilisation et d'appels aux dons pour des associations telles que le Pasteurdon, Sidaction, *les Restos du cœur*, la FRM contre Alzheimer, Octobre Rose, les Pièces Jaunes et la Croix Rouge.

Le Groupe accompagne également des associations moins connues, comme « Stop VEO », qui lutte contre les violences éducatives ordinaires, et « Les Petits Princes », qui réalise les rêves d'enfants malades, comme celui d'Apolline qui a chanté sur le plateau de *The Voice* lors de la finale en mai 2024. Contre les violences faites aux femmes, le Groupe a diffusé sur TMC le 11 décembre 2024 le concert et évènement de sensibilisation *Nos voix pour toutes* organisé par la Fondation des femmes ; et sur le harcèlement en ligne, E-enfance a été mis en avant dans *une Famille en Or* et la *Star Academy*, grâce à la présence de Brigitte Macron et de Justine Atlan.

Les collaborateurs de TF1 sont informés et participent activement aux grandes opérations caritatives soutenues par le Groupe. En 2024, ils se sont à nouveau engagés à l'occasion du défi inter-COMEX « Mets tes baskets et bats la maladie » au profit de l'association ELA (Association Européenne contre les Leucodystrophies), battant le record de pas établi en 2023. Les collaborateurs se sont également mobilisés pour venir en aide à l'association Emmaüs à travers une collecte de vêtements et accessoires (2,7 tonnes de dons collectés). L'opération solidaire lors du calendrier de l'avent en décembre a également permis de soutenir cinq associations choisies par les collaborateurs à hauteur de 3 000 euros chacune.

Le groupe TF1 veille par ailleurs à poursuivre ses efforts sur l'accessibilité de ses contenus et services numériques, au-delà de ses obligations dans le cadre des engagements des chaînes pris avec l'ARCOM. Un service d'audiodescription a par exemple été proposé pour tous les matchs de l'équipe de France lors de l'UEFA Euro 2024 en Allemagne

**Récompenses :** le groupe TF1 a été primé à 7 reprises lors de la 13ème édition des Deauville Green Awards 2024, festival international du film responsable destiné à valoriser la sensibilisation

## TF1 - Information financière – 2024

par l'image autour du développement durable avec 3 Trophées d'or pour Ushuaïa TV. Le reportage « Aux origines du réchauffement climatique » réalisé par Yani Khezzar, Christophe Aragona et Elise Chambeyron pour le JT de 20H a remporté deux récompenses avec l'Or au Grand Prix Stratégies de l'Innovation Médias et le Trophée d'argent aux Deauville Green Awards.

TF1 PUB, régie du groupe TF1, a remporté 3 prix pour plusieurs initiatives prises dans le cadre de la stratégie Climat et Publicité. Elle remporte un prix Or pour sa stratégie Climat et Publicité, un prix Argent pour AutoPilot Carbon au grand prix de la Responsabilité des médias, et un prix Or au grand prix de la Good Economie pour AutoPilot Carbon, solution automatisée pour réduire l'impact carbone des campagnes sur le digital.

Enfin, le groupe TF1 s'est vu décerner le prix « Meilleure progression » à l'occasion de la Cérémonie des Transparency Awards organisée par le groupe Labrador, valorisant et récompensant les meilleures pratiques des entreprises en matière de transparence et de communication financière.

### Taxonomie européenne

En application du règlement européen Taxonomie (règlement (UE) 2020/852), le Groupe a identifié la part de ses activités considérées comme éligibles et alignées pour l'année 2024. Les activités de TF1 liées à la production, diffusion, programmation de contenus, spectacles et enregistrements musicaux sont considérées comme éligibles au titre du chiffre d'affaires. Cela représente 96% du chiffre d'affaires total, en hausse par rapport à 2023 (+0,5pts). Cette hausse est liée au renforcement du poids des activités éligibles dans le chiffre d'affaires. La part du chiffre d'affaires aligné chez TF1 (environ 4%) a été estimée au prorata du temps d'antenne des programmes portant sur l'environnement, la transition écologique ou climatique - tels que définis dans le contrat climat média passé avec l'ARCOM. La hausse du taux d'alignement par rapport à 2023 (+0,2pt) reflète la hausse de la part des programmes verts diffusés sur nos antennes, portée notamment par l'Information avec une hausse du nombre de sujets verts dans les Journaux Télévisés. Le nombre de programmes verts est également en hausse dans le

documentaire, la fiction et l'animation. La part des investissements d'exploitation (Capex) alignée des activités éligibles a été estimée sur la base du pourcentage d'alignement du chiffre d'affaires éligible. Les investissements d'exploitation sont alignés à hauteur d'environ 4%. S'agissant des dépenses d'exploitation du Groupe, leur proportion éligible n'est pas significative. Le groupe TF1 continue d'imprimer à travers sa ligne éditoriale sa volonté de sensibilisation des publics aux enjeux environnementaux et à la transition écologique, conformément à l'esprit de son Contrat Climat souscrit auprès de l'ARCOM.

## 1.7. Point social

Au 31 décembre 2024, le groupe TF1 compte 3 117 collaborateurs en CDI.

## 1.8. Performances boursières

Au 31 décembre 2024, l'action TF1 clôture à 7,32 euros, soit une augmentation de 2,52% sur un an.

Le CAC 40 et le SBF 120 connaissent sur la même période des baisses respectives de -2,15% et -2,45%. Le Stoxx Europe 600 Media est en hausse de 11,64%.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2024 de 1,544 milliard d'euros contre 1,505 milliard d'euros à fin 2023.

## 1.9. Perspectives

Dans un environnement vidéo marqué par une évolution rapide des usages, l'ambition du Groupe est de s'établir comme la destination *premium* de référence sur l'écran de télévision pour le divertissement familial et l'information de qualité en langue française.

Les axes stratégiques du Groupe se déclinent de la manière suivante :

- Renforcer le *leadership* du Groupe sur le marché publicitaire linéaire ;
- Devenir la première plateforme de *streaming* gratuite en France et dans la francophonie ;

## TF1 - Information financière – 2024

- Ancrer Studio TF1<sup>8</sup> sur la scène internationale, en tirant profit de la puissance de la marque TF1.

Sur le pôle Média, le groupe TF1 continuera de proposer la meilleure offre de divertissement gratuite, familiale, et sérialisée. Le premier trimestre 2025 verra le retour de marques fortes comme *Danse avec les stars* ou *Koh-Lanta* et le lancement de fictions inédites comme *Erica* et *Tout le bleu du ciel*. Le Groupe diffusera aussi en 2025 les deux plus grands événements sportifs de l'année : l'Euro de football féminin et la Coupe du Monde féminine de Rugby. En linéaire, la régie publicitaire a initié un plan ambitieux de refonte de la commercialisation de son offre, dont la première étape est l'évolution en 2025 de l'indice pivot des spots publicitaires de 30 à 20 secondes.

Le Groupe entend amplifier son accélération et installer TF1+ comme l'alternative *premium* à YouTube.

- Pour le grand public : TF1+ continuera de proposer du contenu attractif avec des programmes à forte valeur de production. La stratégie d'agrégation de la plateforme permet de répondre aux attentes des spectateurs d'accéder facilement et gratuitement à 30 000 heures de programmes *premium* à tout moment. Le Groupe entend amplifier le déploiement de la plateforme en étendant sa distribution à l'espace francophone.

- Pour les annonceurs : le Groupe déploiera des solutions publicitaires intégrées et des outils technologiques innovants pour accompagner les marques dans l'intégralité de leur stratégie digitale, de la notoriété à l'acte d'achat.

Pour faire progresser son chiffre d'affaires, le Groupe continuera de travailler sur l'ensemble des piliers de valeur de TF1+, en utilisant notamment la *data* comme levier de monétisation.

Le Groupe continuera de s'appuyer sur une seule et même ligne de programmes pour à la fois maintenir un *reach* différenciant en télévision linéaire et accélérer dans le *streaming* gratuit.

Sur le pôle production, Newen Studios deviendra Studio TF1 à compter de mars 2025 afin :

- D'être mieux identifié à l'international, en se positionnant notamment sur des propriétés intellectuelles à vocation mondiale ;
- De renforcer les synergies avec les antennes du Groupe, avec notamment le lancement sur TF1 et TF1+ en 2025 de la nouvelle série quotidienne *Tout pour la lumière* en partenariat avec Netflix ;
- De renforcer le pôle cinéma, d'une part avec un catalogue de films étoffé pouvant bénéficier de l'appui de TF1, et d'autre part avec une nouvelle activité de distribution en salle à partir de 2026.

Pour 2025, dans un marché publicitaire offrant une visibilité limitée, les perspectives du Groupe sont les suivantes :

- Croissance soutenue à deux chiffres du chiffre d'affaires digital ;
- Maintien d'une marge des activités proche de celle de 2024 ;
- Viser une politique de dividendes en croissance dans les prochaines années.

## 1.10. Évolution du capital

Au 31 décembre 2024, le nombre d'actions et de droits de vote s'élèvent à 211 021 535, TF1 ne détenant aucune de ses actions. Au 31 décembre 2024, le montant du capital social est de 42 179 556,20 euros.

## 1.11. Gouvernance

Après avoir recueilli l'avis du Comité de Sélection et des Rémunérations, le Conseil d'Administration, en vue de l'Assemblée Générale, propose le renouvellement de quatre administrateurs dont les mandats arrivent à échéance à l'issue de la prochaine Assemblée Générale, et la nomination de Coralie Piton comme nouvelle administratrice en remplacement de Catherine Dussart.

Le Conseil d'Administration de TF1 compterait, parmi ses administrateurs non représentant les salariés : trois administrateurs indépendants, soit

<sup>8</sup> Newen Studios deviendra Studio TF1 à partir de mars 2025

## **TF1 - Information financière – 2024**

une proportion de 37,5 % (supérieure au tiers recommandé par le Code AFEP/MEDEF) et quatre femmes, soit une proportion de 50 % (supérieure au taux de 40% requis par le Code de commerce)<sup>9</sup>.

### **1.12. Calendrier prévisionnel**

- 30 avril 2025 : résultats du premier trimestre 2025
- 29 juillet 2025 : résultats du premier semestre 2025
- 30 octobre 2025 : résultats des neuf premiers mois 2025

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

<sup>9</sup> Est pris en compte pour la détermination des pourcentages l'ensemble des administrateurs, à l'exception de ceux représentant les salariés, de celle représentant les salariés actionnaires et du censeur.

## 2. Comptes consolidés et annexe de 2024

Les comptes ont été audités et les rapports de certification ont été émis sans réserve par les Commissaires aux comptes.

### 2.1. Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2024	Exercice retraité 2023
<b>Chiffre d'affaires</b>	5.1	<b>2 356,1</b>	<b>2 296,7</b>
Autres produits de l'activité		21,8	21,9
Achats consommés	5.2	(768,2)	(809,2)
Charges de personnel	5.3	(424,2)	(409,0)
Charges externes	5.4	(419,4)	(393,9)
Impôts et taxes	5.5	(98,0)	(94,1)
Dotations nettes aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles		(411,1)	(349,7)
Dotations nettes aux amortissements et dépréciations des droits d'utilisation des actifs loués		(12,5)	(19,3)
Dotations aux provisions et autres dépréciations nettes de reprises utilisées		(0,6)	23,5
Autres produits d'exploitation	5.6	193,6	140,8
Autres charges d'exploitation	5.6	(148,6)	(125,0)
<b>Résultat opérationnel courant</b>		<b>288,9</b>	<b>282,7</b>
Autres produits opérationnels <sup>(1)</sup>	5.7	-	7,2
Autres charges opérationnelles	5.7	(18,0)	(36,7)
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>270,9</b>	<b>253,2</b>
Produits financiers		24,4	21,1
Charges financières		(8,6)	(6,1)
<b>Coût de l'endettement financier net (-) / produit de l'excédent financier net (+)</b>	5.8	<b>15,8</b>	<b>15,0</b>
Charges d'intérêts sur obligations locatives		(3,1)	(3,0)
Autres produits financiers	5.9	5,2	3,2
Autres charges financières	5.9	(9,9)	(12,7)
Impôt	5.11	(67,3)	(59,9)
Quote-part du résultat net des coentreprises et entités associées	7.4.4	(1,1)	(3,0)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>		<b>210,5</b>	<b>192,8</b>
<b>Résultat net des activités abandonnées</b>		<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Résultat net</b>		<b>210,5</b>	<b>192,8</b>
<b>Résultat net part du Groupe</b>		<b>205,5</b>	<b>191,9</b>
<b>Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</b>		<b>5,0</b>	<b>0,9</b>
Résultat net part du groupe des activités poursuivies par action (en euros)		0,97	0,91
Résultat net part du groupe des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,97	0,91

<sup>(1)</sup> A compter des comptes semestriels arrêtés au 30 juin 2024, le groupe a modifié la présentation au compte de résultat de la production immobilisée relative à la production de ses programmes audiovisuels, précédemment présentée en « autres produits d'exploitation », pour la présenter désormais en diminution des charges de production. (cf. note 2.3).

## 2.2. État des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice	31-déc
	2024	2023
<b>Résultat net</b>	<b>210,5</b>	<b>192,8</b>
<b>Eléments non recyclables en résultat net</b>		
Ecarts actuariels au titre des avantages postérieurs à l'emploi <sup>(1)</sup>	0,6	(0,6)
Réévaluation des placements en instruments de capitaux propres	-	-
Impôts sur éléments non recyclables en résultat net	(0,3)	0,2
Quote-part des produits et charges non recyclables des coentreprises et entités associées	-	-
<b>Eléments recyclables en résultat net</b>		
Réévaluation des actifs de couverture	1,2	(1,9)
Ecarts de conversion	5,5	(2,5)
Impôts sur éléments recyclables en résultat net	(0,3)	0,5
Quote-part des produits et charges recyclables des coentreprises et entités associées	-	-
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>6,7</b>	<b>(4,3)</b>
<b>Produits et charges nets comptabilisés</b>	<b>217,2</b>	<b>188,5</b>
<i>Produits et charges nets comptabilisés part du Groupe</i>	209,3	187,6
<i>Produits et charges nets comptabilisés des participations ne donnant pas le contrôle</i>	7,9	0,9

<sup>(1)</sup> Correspond à la variation des hypothèses actuarielles, dont la baisse du taux d'actualisation qui est passé de 3,36% au 31 décembre 2023 à 3,38% au 31 décembre 2024 (cf. note 7.4.6.2.).

## 2.3. État consolidé des flux de trésorerie

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2024	Exercice 2023
Résultat net des activités poursuivies		210,5	192,8
Dotations (reprises) aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles et aux provisions non courantes	6.2.1	408,3	335,7
Dotations aux amortissements, dépréciations et autres ajustements des droits d'utilisation des actifs loués		14,0	25,7
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	6.2.2	(87,5)	(65,5)
Plus et moins-values de cessions d'actifs		(25,7)	7,3
Quote-part du résultat des coentreprises et entités associées nette des dividendes reçus		1,1	2,8
Dividendes des sociétés non consolidées		(0,1)	(0,1)
Impôts décaissés		(70,1)	(56,2)
Impôt y compris dettes sur positions fiscales incertaines	5.11	67,3	59,9
<b>CAF après cout de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net, charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés</b>		<b>517,8</b>	<b>502,4</b>
Reclassement du coût de l'endettement financier net/Produit de l'excédent financier net et des charges d'intérêts sur obligations locatives		(12,7)	(12,0)
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité y compris dépréciations et provisions courantes <sup>(1)</sup>	6.2.3	(30,1)	136,2
<b>Flux nets de trésorerie générés par l'activité</b>		<b>475,0</b>	<b>626,6</b>
Prix d'acquisition des immobilisations corporelles et incorporelles		(313,5)	(298,2)
Prix de cession des immobilisations corporelles et incorporelles		33,6	0,4
Dettes nettes sur immobilisations corporelles et incorporelles		(7,8)	(1,2)
Prix d'acquisition des titres non consolidés et autres titres immobilisés		(0,2)	-
Prix de cession des titres non consolidés et autres titres immobilisés		0,2	-
Dettes nettes sur titres non consolidés et autres titres immobilisés		-	-
Prix acquisition des titres consolidés net de trésorerie acquise		(86,6)	(4,4)
Prix cession des titres consolidés net de trésorerie cédée		2,7	-
Dettes nettes sur activités consolidées		5,6	-
Autres flux liés aux opérations d'investissements : var. prêts, dividendes reçus sociétés non consolidées		(6,3)	(18,5)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>		<b>(372,3)</b>	<b>(321,9)</b>
Augmentations (réductions) de capital versées par les actionnaires et par les participations ne donnant pas le contrôle, et autres opérations entre actionnaires		(35,8)	(9,6)
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère		(116,1)	(105,2)
Dividendes versés par les activités consolidées aux participations ne donnant pas le contrôle		(2,3)	(3,8)
Emissions d'emprunts	7.6.1	130,3	16,7
Remboursements d'emprunts	7.6.1	(42,7)	(4,9)
Remboursement des obligations locatives	7.6.1	(9,3)	(26,5)
Coût de l'endettement financier net / Produit de l'excédent financier net et charges d'intérêts sur obligations locative		12,7	12,0
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement</b>		<b>(63,2)</b>	<b>(121,3)</b>
<b>INCIDENCE DES VARIATIONS DES COURS DES DEVICES</b>		<b>0,9</b>	<b>0,1</b>
Incidence des variations de principes comptables		-	-
<b>VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE</b>		<b>40,4</b>	<b>183,5</b>
<b>Trésorerie nette à l'ouverture</b>		<b>666,8</b>	<b>483,3</b>
Flux nets		40,4	183,5
Activités détenues en vue de la vente		-	-
<b>Trésorerie nette à la clôture</b>		<b>707,2</b>	<b>666,8</b>

(1) Actif courant - passif courant, hors impôts sur les sociétés, hors créances et dettes sur immobilisations, hors dettes financières courantes, hors obligations locatives courantes, et hors instruments financiers sur couverture de dettes classés en financement

## 2.4. Bilan consolidé - actif

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2024.12	2023.12
<b>Goodwill</b>	7.4.1	788,0	738,2
<b>Immobilisations incorporelles</b>	7.1	361,9	300,1
<b>Immobilisations corporelles</b>	7.4.2	211,1	228,3
<b>Droits d'utilisation des actifs loués</b>	7.4.3	63,6	71,4
<b>Coentreprises et entités associées</b>	7.4.4	6,6	8,3
<b>Autres actifs financiers non courants</b>	7.4.5	39,4	14,4
<b>Impôts différés actifs</b>		-	-
<b>ACTIF NON COURANT</b>		<b>1 470,6</b>	<b>1 360,7</b>
<b>Stocks</b>	7.2	414,5	397,6
<b>Avances et acomptes versées sur commandes</b>	7.3.1	133,6	122,1
<b>Clients et comptes rattachés</b>	7.3.1	714,7	687,8
<b>Actifs sur contrats clients</b>		-	-
<b>Actifs d'impôt courants</b>		4,1	-
<b>Autres créances courantes</b>	7.3.1	434,0	419,7
<b>Instruments financiers - Couverture des dettes financières</b>		3,7	0,7
<b>Autres actifs financiers courants</b>		0,7	0,2
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	7.6.1	708,2	668,8
<b>ACTIF COURANT</b>		<b>2 413,5</b>	<b>2 296,9</b>
<b>Actifs ou activités détenus en vue de la vente</b>		-	-
<b>TOTAL ACTIF</b>		<b>3 884,1</b>	<b>3 657,6</b>
<b>Endettement financier net (-)/Excédent financier net (+)</b>	7.6.1	<b>506,1</b>	<b>505,1</b>

## 2.5. Bilan consolidé – passif

<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b> (en millions d'euros)	Notes	<b>2024.12</b>	<b>2023.12</b>
Capital social	7.5.1	42,2	42,2
Primes et réserves		1 793,0	1 718,4
Réserve de conversion		3,8	0,8
Actions propres détenues		-	-
Résultat net part du Groupe		205,5	191,9
<b>CAPITAUX PROPRES (PART DU GROUPE)</b>		<b>2 044,5</b>	<b>1 953,3</b>
Participations ne donnant pas le contrôle		55,4	(0,8)
<b>CAPITAUX PROPRES</b>		<b>2 099,9</b>	<b>1 952,5</b>
<b>Dettes financières non courantes</b>	7.6.1	<b>43,0</b>	<b>68,9</b>
<b>Obligations locatives non courantes</b>	7.6.3	<b>54,5</b>	<b>60,3</b>
<b>Provisions non courantes</b>	7.4.6	<b>26,4</b>	<b>29,7</b>
<b>Impôts différés passifs</b>	5.11	<b>37,8</b>	<b>24,5</b>
<b>PASSIF NON COURANT</b>		<b>161,7</b>	<b>183,4</b>
<b>Dettes financières courantes</b>	7.6.1	<b>158,8</b>	<b>92,4</b>
<b>Obligations locatives courantes</b>	7.6.3	<b>13,7</b>	<b>12,7</b>
<b>Fournisseurs et comptes rattachés</b>	7.3.2	<b>718,4</b>	<b>649,2</b>
<b>Passifs sur contrats clients</b>	7.3.2	<b>23,6</b>	<b>21,3</b>
<b>Provisions courantes</b>	7.3.3	<b>8,5</b>	<b>30,4</b>
<b>Autres passifs courants</b>	7.3.2	<b>694,5</b>	<b>710,5</b>
<b>Concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque</b>	6.1	<b>1,0</b>	<b>2,0</b>
<b>Passifs d'impôt courants</b>		<b>-</b>	<b>1,6</b>
<b>Instruments financiers - Couverture des dettes financières</b>		<b>3,0</b>	<b>1,1</b>
<b>Autres passifs financiers courants</b>		<b>1,0</b>	<b>0,5</b>
<b>PASSIF COURANT</b>		<b>1 622,5</b>	<b>1 521,7</b>
<b>Passifs liés aux activités détenues en vue de la vente</b>		<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>		<b>3 884,1</b>	<b>3 657,6</b>

## 2.6. Tableau de variation des capitaux propres consolidés

	Capital - Prime d'émission	Réserves liées au capital et report à nouveau	Réserves et résultat consolidés	Actions propres détenues	Opérations affectées directement en capitaux propres	TOTAL GROUPE	Participatio ns ne donnant pas le contrôle	TOTAL
<b>SITUATION AU 31 DECEMBRE 2022</b>	<b>62,3</b>	<b>1 120,8</b>	<b>731,7</b>	-	<b>(51,9)</b>	<b>1 862,9</b>	<b>0,9</b>	<b>1 863,8</b>
<b>Mouvements exercice 2023</b>								
Résultat net	-	-	191,9	-	-	191,9	0,9	192,8
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(4,3)	(4,3)	-	(4,3)
<b>Résultat net et produits et charges comptabilisés</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>191,9</b>	<b>-</b>	<b>(4,3)</b>	<b>187,6</b>	<b>0,9</b>	<b>188,5</b>
Opérations nettes sur capital et réserves	0,1	30,6	(30,6)	-	-	0,1	-	0,1
Acquisitions et cessions d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Acquisitions et cessions sans changement de contrôle	-	-	0,2	-	-	0,2	-	0,2
Distribution	-	-	(105,2)	-	-	(105,2)	(3,8)	(109,0)
Paie ment fondé sur des actions	-	-	1,4	-	-	1,4	-	1,4
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)	-	-	6,3	-	-	6,3	1,2	7,5
<b>SITUATION AU 31 DECEMBRE 2023</b>	<b>62,4</b>	<b>1 151,4</b>	<b>795,7</b>	-	<b>(56,2)</b>	<b>1 953,3</b>	<b>(0,8)</b>	<b>1 952,5</b>
<b>Mouvements exercice 2024</b>								
Résultat net	-	-	205,5	-	-	205,5	5,0	210,5
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	3,8	3,8	2,9	6,7
<b>Résultat net et produits et charges comptabilisés</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>205,5</b>	<b>-</b>	<b>3,8</b>	<b>209,3</b>	<b>7,9</b>	<b>217,2</b>
Opérations nettes sur capital et réserves	0,9	62,9	(62,9)	-	-	0,9	-	0,9
Acquisitions et cessions d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Acquisitions et cessions sans changement de contrôle	-	-	(1,3)	-	-	(1,3)	-	(1,3)
Distribution	-	-	(116,1)	-	-	(116,1)	(2,2)	(118,3)
Paie ment fondé sur des actions	-	-	1,1	-	-	1,1	-	1,1
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)	-	-	(2,7)	-	-	(2,7)	50,5	47,8
<b>SITUATION AU 31 DECEMBRE 2024</b>	<b>63,3</b>	<b>1 214,3</b>	<b>819,3</b>	-	<b>(52,4)</b>	<b>2 044,5</b>	<b>55,4</b>	<b>2 099,9</b>

Se reporter à la note 7.5. « Capitaux propres » pour le détail des variations.

## 2.7. Notes annexes aux états financiers consolidés

Les notes aux états financiers consolidés sont présentées dans les annexes. Se reporter au site Internet du Groupe pour les consulter : <http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs/resultats-et-publications>.

### **Télévision Française 1**

Société anonyme au capital de 42 204 307 € – 326 300 159 R.C.S. Nanterre

Courrier à adresser à :

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

Tél : (33) 1 41 41 12 34

Siège social : 1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – France

---

#### **Contact**

**Département Relations Investisseurs**

E-mail : [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)

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