

**RAPPORT DE GESTION**  
**DU CONSEIL D'ADMINISTRATION**

EXTRAIT DU  
DOCUMENT DE REFERENCE  
ET  
RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2010

# TABLE DE CONCORDANCE DU RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le rapport de gestion sur l'exercice 2010 rendant compte des éléments mentionnés ci-après est inclus dans le document de référence sous différents points. Il a été arrêté par le Conseil d'Administration de TF1, le 16 février 2011.

---

## Éléments requis par le Code de commerce, le Code monétaire et financier, le Code général des impôts et le Règlement général de l'AMF

---

Analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la société durant l'exercice écoulé (L.225-100 et L.232-1 du Code de Commerce)

---

Analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière du Groupe durant l'exercice écoulé (L.225-100-2 et L.233-26 du Code de Commerce)

---

Résultats des filiales et des sociétés contrôlées par branche d'activité (L.233-6 du Code de Commerce)

---

Évolution prévisible (L.232-1 et L.233-26 du Code de Commerce)

---

Événements importants survenus après la date de la clôture de l'exercice (L.232-1 et L.233-26 du Code de Commerce)

---

Activités en matière de recherche et de développement (L.232-1 et L.233-26 du Code de Commerce)

---

Prises de participation ou de contrôle dans des sociétés ayant leur siège en France (L.233-6 du Code de Commerce)

---

Informations relatives aux questions d'environnement et conséquences environnementales de l'activité (L.225-100, L.225-102-1 et R.225-105 du Code de Commerce)

---

Informations relatives aux questions de personnel et conséquences sociales de l'activité (L.225-100, L.225-102-1 et R.225-104 du Code de Commerce)

---

Description des principaux risques et incertitudes (L.225-100 et L.225-100-2 du Code de Commerce)

---

Politique du Groupe en matière de gestion des risques financiers (L.225-100 et L.225-100-2 du Code de Commerce)

---

Exposition du Groupe aux risques de prix, de crédit, de liquidité et de trésorerie (L.225-100 et L.225-100-2 du Code de Commerce)

---

Tableau récapitulatif des délégations en cours de validité accordées par l'Assemblée Générale au Conseil d'Administration dans le domaine des augmentations de capital et utilisation faite de ces délégations au cours de l'exercice (L.225-100 du Code de Commerce)

---

Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique (L.225-100-3 du Code de Commerce)

---

Participation des salariés au capital social au dernier jour de l'exercice (L.225-102 du Code de Commerce)

---

Identité des actionnaires détenant plus de 5 % ; autocontrôle (L.233-13 du Code de Commerce)

---

État récapitulatif des opérations réalisées par les dirigeants sur les titres de la Société (L.621-18-2 du Code Monétaire et financier et 223-26 du RG de l'AMF)

---

Rémunération totale et avantages de toute nature versés à chaque mandataire social (L.225-102-1 du Code de Commerce)

---

Mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux durant l'exercice (L.225-102-1 du Code de Commerce)

---

Informations sur les rachats d'actions (L.225-211 du Code de Commerce)

---

Montant des dividendes distribués au titre des trois derniers exercices (243 bis du CGI)

---

Modifications intervenues dans la présentation des comptes annuels (L.232-6 du Code de Commerce)

---

## 1.7 POINT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

### 1.7.1 Informations sur la démarche RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise)

---

#### INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Le groupe TF1 a mis en ligne sur son site [www.TF1finance.com](http://www.TF1finance.com) un compte rendu exhaustif de la démarche RSE.

Le document « TF1, Entreprise Citoyenne », disponible sur le site [www.TF1finance.com](http://www.TF1finance.com), présente, au titre de l'année 2010 :

- les engagements de la société dans le domaine RSE, et notamment :
  - les enjeux liés aux contenus des chaînes et d'Internet ;
  - les enjeux sociaux ;
  - les enjeux environnementaux ;
  - les enjeux liés aux achats responsables ;
- les réalisations menées en 2010 et les objectifs pour 2011 ;
- les parties prenantes ;
- les récompenses reçues au titre la performance extra-financière.

#### L'ORGANISATION

La démarche est pilotée par un Directeur général adjoint du groupe TF1, une personne assure à plein temps la coordination des actions et le reporting. Chaque entité développe sa propre feuille de route de façon à placer le développement durable au cœur de son métier. Trois comités transverses thématiques ont été créés : Achats responsables, Diversité et Solidarité. L'ensemble des acteurs, y compris les services de communication et les personnes relais dans les différentes filiales se réunissent deux fois par an dans le Comité RSE pour un examen croisé des actions et des indicateurs.

Enfin, l'ordre du jour du Conseil d'Administration comprend désormais un point sur les actions de responsabilité sociétale.

## INDICATEURS EXTRA-FINANCIERS DETAILLES AU 31 DECEMBRE 2010

### ENJEUX LIES AUX CONTENUS

Famille	Indicateur	Périmètre	Unité	2008	2009	2010	Référentiel
Conformité	Respect de la déontologie : • information • programmes		Nombre	1 med <sup>(1)</sup> 0	1 pds <sup>(2)</sup> 0	1med <sup>(1)</sup> 0	GRI SO 8 Interne
	Publicité clandestine : • information • programmes		Nombre	0 0	1 meg <sup>(3)</sup> 0	1med <sup>(1)</sup> 0	GRI SO 8 Interne
	Protection de l'enfance : • information • programmes		Nombre	0 1 meg <sup>(3)</sup>	0 0	0 0	GRI SO 8 Interne
	Remarques sur la signalétique : • information • programmes		Nombre	n/a <sup>(4)</sup> 0	n/a <sup>(4)</sup> 1 meg <sup>(3)</sup>	n/a <sup>(4)</sup> 0	GRI SO 8 Interne
	Respect des quotas de production et de diffusion	Antenne TF1	%	100	100	100	GRI SO 8 Interne
	Accessibilité programmes sous-titrés (hors publicité)		%	70	85	95	GRI SO 8 Interne
Écoute du téléspectateur	Contacts <i>via</i> le service Accueil Téléspectateurs		Nombre	147 000	245 000	231 000	GRI PR 5
Solidarité	Valorisation des dons aux associations		M€	16	18	21	
	Associations ayant bénéficié de visibilité Antenne		nombre	75	80	146	GRI EC 1
Sensibilisation du public	Nombre de sujets JT liés au changement climatique		nombre	450	600	> 1 000	GRI SO 1

(1) Mise en demeure sur l'information / sur les programmes prononcés par le CSA (Conseil supérieur de l'audiovisuel).

(2) Procédure de sanction sur l'information / sur les programmes prononcés par le CSA.

(3) Mise en garde sur l'information / sur les programmes prononcés par le CSA.

(4) Non applicable.

## ENJEUX SOCIAUX

Famille	Indicateur	Périmètre	Unité	2008	2009	2010	Référentiel
Diversité	Jeunes issus de quartiers sensibles accueillis par la Fondation d'entreprise TF1	Groupe TF1	Nombre	8	9 (soit 17 au total)	10	
	Jeunes issus de quartiers sensibles ayant effectué un stage			20	56	60	Interne
Parité femmes / hommes	Ratio de femmes dans l'effectif CDI	Groupe TF1	%	47,6	47,2	46,7	GRI LA 13 NRE 111
	Ratio d'embauches femmes			49,0	44,8	43,2	
	Ratio promotions femmes			45,2	49,8	47,5	GRI LA 13
	Ratio formations femmes			48,1	47,2	49,2	GRI LA 10
	Part de collaboratrices de niveau cadre			47,7	47,4	46,8	GRI LA 13
	Part de femmes directrices dans le total de l'effectif « directeur »			27,6	28,9	31,9	GRI LA 13 NRE 316
Collaborateurs handicapés	Salariés handicapés embauchés dans l'année en CDD ou CDI	Groupe TF1	Nombre	9	17	19	GRI LA 13 NRE 135
Réduction de la précarité	Part des équivalents temps plein / intermittents	Groupe TF1	%	9,8	7,3	7,0	NRE 113
Dialogue social	Réunions avec les partenaires sociaux			397	334	309	GRI HR 5 - GRI LA 3 GRI LA 4 - NRE 310 NRE 320
	Collaborateurs occupant un poste permanent (représentant Comité d'Entreprise, délégué du personnel, Conseil d'Administration)	Groupe TF1		126	121	122	NRE 318
	Accords collectifs intervenus dans l'année		Nombre	25	27	9	NRE 321
Hygiène, santé, sécurité	Accidents du travail avec arrêt			58	25	42	GRI LA 7 NRE 322
	Taux de fréquence des accidents du travail	Groupe TF1	Nombre	5,6	3,6	6,2	
	Taux de gravité des accidents du travail			0,3	0,1	0,2	GRI LA 7 NRE 322
	Taux d'absentéisme		%	4,1	4,0	5,2	NRE 221
	Collaborateurs formés à l'hygiène, la santé et la sécurité		Nombre	373	372	484	GRI LA 8 NRE 322
Cadre de vie, services aux salariés	Collaborateurs logés dans l'année	Groupe TF1	Nombre	25	18	15	Interne
Politique sociale de la famille	Collaborateurs à temps partiel	Groupe TF1	Nombre	232	225	311	Interne
	Taux d'adhésion au PEE		%	83	81	78	
	Taux d'adhésion au Perco		%	11,9	12,6	13,2	
Régimes sociaux	Montant moyen net par salarié de la participation versée	Groupe TF1	€	2 036	944	683	Interne
Intégration	Stagiaires convention école	Groupe TF1	Nombre	784	487	321	NRE 326
Formation			Nombre	2 335	2 777	2 334	GRI LA 10 NRE 326
	Collaborateurs ayant bénéficié de formation	Groupe TF1	%	63	76,3	61,4	GRI LA 10 NRE 326

Famille	Indicateur	Périmètre	Unité	2008	2009	2010	Référentiel
	Masse salariale consacrée à la formation		%	3,25	3,78	2,81	
	Volume d'heures de formation au titre du plan de formation		Nombre	55 459	62 483	35 405	GRI LA 10 NRE 326
	Volume d'heures de formation par personne et par an		Nombre	14h45	17h10	15h10	GRI LA 10 NRE 330
	DIF (droit individuel à la formation) accordé		Nombre	289	1 221	1 125	Interne
Engagement solidaire	Collaborateurs parrainant des lycéens en zone sensible	Groupe TF1	Nombre	-	60	60	Interne

### ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Famille	Indicateur	Périmètre	Unité	2008	2009	2010	Référentiel
	Consommation d'électricité	SME <sup>(1)</sup>	MWh	29 791	32 520	32 171	GRI EN 3 NRE 1
Consommations	Consommation d'eau	SME <sup>(1)</sup>	Mètre cube	61 658	51 964	52 054	GRI EN 8 NRE 1
	Consommation de papier	SME <sup>(1)</sup>	Tonnes	114	133	125	GRI EN 1 NRE 1
Déchets, matières premières	Quantité de déchets récoltés	SME <sup>(1)</sup>	Tonnes	991 (TF1)	1 134 1 678 (TF1 + Eurosport)		GRI EN 22 NRE 1

(1) Le SME (Système de Management de l'Environnement), de TF1 couvre aujourd'hui les immeubles de Boulogne-Billancourt et Issy-les-Moulineaux (Eurosport France) qui hébergent 85 % des collaborateurs.

### ENJEUX LIES AUX ACHATS

Famille	Indicateur	Périmètre	Unité	2008	2009	2010	Référentiel
Fournisseurs	Nombre de fournisseurs évalués avec Ecovadis	Achats centralisés	Nombre	n/a <sup>(1)</sup>	45	89	Interne
Secteur protégé	Chiffre d'affaires réalisé avec des ateliers adaptés	Groupe TF1	€	221 000	417 000	433 000	NRE 135

(1) Non applicable.

## 1.7.2 Bilan social (loi NRE)

Ce bilan est établi au regard d'indicateurs légaux renseignés à partir d'outils de reporting interne et notamment d'un tableau de bord dédié aux Ressources Humaines, lequel actualise tout un ensemble de données chaque mois.

### L'EFFECTIF

Les effectifs du groupe TF1 (chiffres au 31 décembre 2010) sont répartis de la façon suivante :

#### CDI

	2010 <sup>(3)</sup>	2009
Employés	91	71
Maîtrise	755	685
Cadres	2 365	2 300
Journalistes	587	581
<b>TOTAL</b>	<b>3 798<sup>(2)</sup></b>	<b>3 638<sup>(1)</sup></b>

(1) Dont 204 collaborateurs travaillant à l'étranger et 1 collaborateur d'Eurosport Média.

(2) Dont 218 collaborateurs travaillant à l'étranger et 1 collaborateur d'Eurosport Média.

(3) Le périmètre en 2010 s'est élargi puisqu'ont été comptabilisées en plus les sociétés suivantes : SPS, NT1, TMC.

## CDD

	2010	2009
Nombre de salariés titulaires d'un CDD	188	182
Nombre de salariés titulaires d'un contrat de professionnalisation	57	56
Nombre de salariés titulaires d'un contrat d'apprentissage	39	36

## INTERMITTENCE

Depuis maintenant plusieurs années, le groupe TF1 a régulé drastiquement son recours à l'intermittence (intermittents, cachetiers, réalisateurs) : il est de 7,0 % pour le groupe TF1 (vs 7,3 % en 2009) et seulement de 3,3 % pour TF1 SA.

Ceci est le résultat de l'action volontariste de TF1 qui a intégré un certain nombre de salariés non permanents depuis plusieurs années et à la signature en 2006 de l'Accord National Interprofessionnel pour les salariés employés sous la forme d'un CDD d'usage pour lequel TF1, sous l'égide du STP (regroupant Canal+, M6 et TF1) a pris une part active.

TF1 a su associer par ailleurs, ces salariés, à la politique sociale de l'entreprise dans le cadre des accords de participation et d'intéressement mais aussi en les faisant bénéficier des opérations d'augmentation de capital comme « Bouygues Confiance 5 ».

En outre, l'accord national interbranche que TF1 applique permet aux salariés intermittents de bénéficier d'un régime « frais de santé et prévoyance ». Ils bénéficient enfin des activités sociales et culturelles proposées par les Comités d'Entreprise du groupe TF1.

En 2010, sur l'ensemble du Groupe, l'équivalent effectif temps plein sur 12 mois des salariés non-permanents est réparti de la façon suivante :

	2010	2009
Intermittents	263,0	188,2
Pigistes	69,9	51,2
Cachetiers	18,9	89,1
Réalisateurs	17,1	10,0

Le nombre d'heures supplémentaires est stable et s'explique par un nombre de projets de grande envergure (SAP, Process News and Sport 2 et celles effectuées par les intermittents sur les tournages des fictions, R/S notamment).

	2010	2009
Nombre d'heures supplémentaires	60 495	62 509
Montant (en euros)	1 839 089	1 873 345

## EMBAUCHES ET DEPARTS EN 2010

	2010	2009
Nombre de salariés embauchés en CDI	345	551
Nombre de mises à la retraite	1	1
Nombre de départs à la retraite	1	5
Nombre de licenciements	18	16
Nombre de départs négociés	77	102

Confronté à un contexte de récession économique depuis 2009, le groupe TF1 a appliqué une vigilance toute particulière dans ses recrutements en les limitant fortement (hors métiers en cycle ou liés à la production), ceci de façon à renforcer le contrôle sur chaque nouvelle demande de recrutement et de s'assurer de leur absolue nécessité. Cette décision a ainsi permis de développer les synergies entre les différents services en s'appuyant sur une politique de mobilité proactive. À noter que les embauches de travailleurs handicapés, prévues par un accord triennal, n'étaient pas concernées par ces restrictions.

Le recrutement vise à intégrer en permanence de jeunes talents pour les préparer à l'exercice des métiers du futur et à rechercher des professionnels confirmés pour renforcer les équipes en place ou initier de nouveaux métiers.

Le recours à la main-d'œuvre extérieure au groupe TF1 (travailleurs temporaires) tombe à son niveau le plus faible en 2010, puisqu'il correspond à un équivalent effectif de 8,7 soit 0,2 % de l'effectif permanent du Groupe (l'ETP était de 14,0 en 2009 soit un taux de 0,4 % de l'effectif permanent).

## L'ORGANISATION DU TEMPS DE TRAVAIL

Des accords sur l'aménagement et la réduction du temps de travail ont été conclus dans l'ensemble des sociétés du Groupe. Ils régissent les différentes catégories du personnel en fonction de leur statut (accords concernant le personnel permanent – personnel de production, technique et administratif, journalistes – et les personnels non permanents).

Le personnel non cadre travaille 37h par semaine et bénéficie de 14 jours de RTT par an. Le personnel cadre, au forfait annuel jours (213 à 216 jours), bénéficie de 12 ou 13 jours de RTT par an.

Ainsi, l'ensemble des sociétés du groupe TF1 sont régies par des accords ARTT qui permettent aux salariés de prendre l'initiative de leur prise de congés sous la seule réserve de ne pas perturber le bon fonctionnement du service.

Le bilan, après quatre années d'application de l'annexe 7 de l'accord sur l'aménagement et la réduction du temps de travail conclu en 2006 en faveur des personnels de la Direction Technique pour les services fonctionnant 7 jours sur 7, fait apparaître une meilleure visibilité et fiabilité des plannings pour les collaborateurs concernés, une amélioration des conditions de rémunération pour différentes sujétions dont le travail du dimanche et une meilleure répartition des week-ends travaillés.

Afin de permettre à l'ensemble des collaborateurs d'accéder, dans le cadre de leur développement personnel sans lien direct avec leur emploi, à la possibilité d'acquérir de nouvelles compétences, les jours de RTT peuvent être convertis en développement personnel. Ces actions ne rentrent pas dans le cadre du plan de formation de l'entreprise.

En 2010 (comme cela se fait depuis 2005), les sociétés du groupe TF1 ont décidé de maintenir comme jour chômé payé le lundi de Pentecôte et de s'acquitter de leur contribution au titre de la journée de solidarité.

### **DUREE ANNUELLE DE TRAVAIL : SYNTHESE DES DIFFERENTS ACCORDS D'AMENAGEMENT ET DE REDUCTION DU TEMPS DE TRAVAIL**

des sociétés du groupe Tf1

<b>Statut des PPTA<sup>(1)</sup></b>	<b>Durée annuelle de travail des PPTA<sup>(1)</sup></b>
Non-cadres en horaire constant et en cycle (Employé et Maîtrise)	De 1 569 heures à 1 576 heures
Cadres en cycle	De 1 584 heures à 1 591 heures
Cadres au forfait annuel jours	de 213 jours à 216 jours
Cadres dirigeants	non concernés

*(1) Personnel de Production Technique et Administratif.*

Deux accords particuliers relatifs, l'un au service de la Vidéo Mobile, l'autre au service Accueil Téléspectateurs, ont été révisés en accord avec les organisations syndicales signataires, pour améliorer les temps de récupération et revoir l'organisation du temps de travail.

<b>Statut des journalistes</b>	<b>Durée annuelle de travail des journalistes</b>
Journalistes au forfait annuel jours	de 208 jours à 215 jours
Cadres dirigeants	non concernés

## **L'ABSENTEISME ET SES MOTIFS AU SEIN DU GROUPE TF1**

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Taux d'absentéisme (en % du nombre de salariés)	5,2	4,0
Total de journées d'absence	43 425	42 921
Nombre de jours d'absence non payés	101	559
Nombre de jours d'absence pour maladie	24 747	22 882
Nombre de jours d'absence pour accident de travail ou trajet	2 053	1 436
Nombre de jours d'absence pour maternité ou paternité	13 559	14 860
Nombre de jours d'absence pour congés exceptionnels	2 785	3 561

Au 31 décembre 2010, 311 salariés en CDI étaient occupés à temps partiel dont 81,7 % de femmes et 18,3 % d'hommes, cette proportion étant stable (255 salariés en CDI à temps partiel en 2009 dont 81,3 % de femmes et 18,7 % d'hommes). Le temps partiel dans le groupe TF1 résulte, pour la quasi-totalité des cas, d'un choix du salarié.

## **LA REMUNERATION / L'ÉPARGNE SALARIALE**

Dès 1988, TF1 a mis en place un Plan d'Épargne d'Entreprise pour l'ensemble des collaborateurs du Groupe.

Au 31 décembre 2010, 2 763 (2 784 en 2009) collaborateurs étaient adhérents au PEG TF1, plus de 78 % (81 % en 2009) des salariés éligibles des sociétés adhérentes au PEG du Groupe y ayant accès. Depuis le 1<sup>er</sup> mai 2008, l'abondement de l'Entreprise a été porté de 100 % à 200 % sur le versement des 300 premiers euros, ceci dans le souci de favoriser les salariés disposant des rémunérations les moins élevées. Le maximum versé par l'entreprise est de 3 750 euros bruts par an et par salarié, ce qui représente, pour 2010, un abondement total net de 7,5 millions d'euros (7,4 millions en 2009).

Afin d'aider les salariés à préparer le financement de leur retraite, le groupe Bouygues a mis en place un PERCO prévoyant, selon le montant versé par les salariés, un abondement de l'entreprise variant de 20 % à 100 % de la somme investie. 13,2 % (12,6 % au 31/12/2009) des salariés éligibles étaient adhérents au 31 décembre 2010.

Une augmentation de capital Bouygues réservée aux salariés du Groupe a eu lieu en novembre 2010 « Bouygues Confiance 5 » (opération à effet de levier avec une décote de 20 %). Cette nouvelle opération a permis à 53,8 % des salariés permanents d'y adhérer.

Une participation est versée depuis 1989 à l'ensemble des salariés. En 2010, le montant brut de la réserve de participation (exercice 2009) s'est élevé à 3,6 millions d'euros (5,3 millions en 2009), soit un montant moyen net par salarié de 683 euros (944 en 2009), cette baisse s'expliquant par les effets de la crise sur les résultats de TF1 au cours de l'exercice 2009.

Afin d'associer les collaborateurs au respect des engagements budgétaires et à l'amélioration des performances collectives et individuelles, la Direction de l'entreprise a mis en place un accord d'intéressement applicable à l'ensemble du groupe TF1. Celui-ci a été signé pour les exercices 2008, 2009 et 2010 ; les objectifs fixés dans l'accord sont négociés annuellement avec les organisations syndicales. Pour la première fois en 2010, une prime d'intéressement a été versée aux salariés bénéficiaires de l'accord. Le montant brut total de la prime s'est élevé à 18,2 millions d'euros, soit un montant moyen net par salarié de 3 377 euros.

Il est à noter que 5,7 % (5,4 % en 2009) du capital de TF1 est détenu par les salariés du groupe TF1.

Les rémunérations sont revues chaque année dans un dispositif d'augmentation fondée sur la performance individuelle avec une recommandation d'augmentation particulière pour les salaires les plus bas du groupe TF1.

## **REMUNERATION BRUTE MOYENNE MENSUELLE CDI PAR CATEGORIE PROFESSIONNELLE AU SEIN DU GROUPE TF1 EN 2010 (EN EUROS)**

<b>(en millions d'euros)</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Employés	1 487	1 811
Maîtrises	3 197	3 195
Cadres	5 503	5 287
Journalistes	5 953	5 910
<b>Toutes catégories</b>	<b>4 976</b>	<b>4 940</b>

En 2010, le pourcentage des augmentations annuelles négocié avec les partenaires sociaux a été de 2 % étant précisé qu'une enveloppe supplémentaire d'1 % avait été octroyée pour les collaborateurs dont le salaire n'excédait pas 2 600 euros. On observera que le poids des charges sociales est stable. Pour mémoire, le pourcentage moyen des augmentations annuelles était de 2,5 % en 2009.

## COTISATIONS

	2010	2009
Cotisations salariales	55,7 M€	69,4 M€
Cotisations employeur	111,9 M€	142,1 M€
<b>TOTAL</b>	<b>167,6 M€</b>	<b>211,5 M€</b>

## L'EGALITE PROFESSIONNELLE ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

### DONNEES CHIFFREES POUR L'ANNEE 2009 POUR L'ENSEMBLE DU GROUPE TF1

<b>Salaire brut moyen mensuel d'embauche (en euros)<sup>(1)</sup></b>	<b>Employés</b>	<b>Maîtrise</b>	<b>Cadres</b>	<b>Journalistes</b>
Femmes	1 514	2 175	2 423	2 675
Hommes	1 618	1 963	2 747	2 300

(1) Collaborateur ayant entre 18 et 26 ans et moins d'un an d'ancienneté.

### DONNEES CHIFFREES POUR L'ANNEE 2010 POUR L'ENSEMBLE DU GROUPE TF1

<b>Salaire brut moyen mensuel d'embauche (en euros)<sup>(1)</sup></b>	<b>Employés</b>	<b>Maîtrise</b>	<b>Cadres</b>	<b>Journalistes</b>
Femmes	1 605	2 127	2 535	2 500
Hommes	1 360	2 012	2 600	-

(1) Collaborateur ayant entre 18 et 26 ans et moins d'un an d'ancienneté.

<b>Embauches</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Femmes	149	247
Hommes	196	304
<b>TOTAL</b>	<b>345</b>	<b>551</b>

<b>Promotions<sup>(1)</sup></b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Femmes	295	206
Hommes	326	208
<b>TOTAL</b>	<b>621</b>	<b>414</b>

(1) Avec et sans changement de catégorie professionnelle.

<b>Nombre de stagiaires<sup>(1)</sup></b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Femmes	1 149	1 324
Hommes	1 185	1 478
<b>TOTAL</b>	<b>2 334</b>	<b>2 802</b>

(1) Stagiaires de la formation professionnelle.

<b>Nombre d'heures de stages</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Femmes	37 418	61 165
Hommes	33 805	67 731
<b>TOTAL</b>	<b>71 223</b>	<b>128 896</b>

TF1 poursuit également sa politique consistant à ne pas opérer de discrimination entre les hommes et les femmes, à respecter conformément à la loi le principe d'égalité entre les deux sexes notamment dans le recrutement et l'évolution des carrières et des salaires.

Un travail important a été réalisé au sein de la commission Égalité professionnelle Homme / Femme des Comités d'Entreprise concernés pour comparer la situation entre les salariés, hommes et femmes, sur différents critères (effectifs, congés, formation, rémunération) et d'en corriger les écarts lorsque ceux-ci sont constatés sur la base d'indicateurs précis.

Ainsi, dans un milieu où les hommes étaient traditionnellement beaucoup plus nombreux que les femmes (métiers techniques notamment), le groupe TF1 a depuis quelques années atteint un certain équilibre puisque le groupe TF1 emploie 46,7 % de femmes et 53,3 % d'hommes (vs 47,2 % de femmes et 52,8 % d'hommes en 2009). Cet équilibre se retrouve dans l'encadrement puisque 46,8 % des cadres sont des femmes.

De même, que ce soit pour les promotions en 2010 (16,6 % pour les femmes et 16,1 % pour les hommes vs 12 % pour les femmes et 11 % pour les hommes en 2009) ou pour le pourcentage d'hommes et de femmes ayant bénéficié d'une action de formation (64,8 % pour les femmes et 58,5 % pour les hommes en 2010 vs 77,1 % pour les femmes et 76,9 % pour les hommes en 2009), les bilans sont globalement équilibrés.

En revanche, à un même niveau de diplôme, les collaborateurs sont embauchés au même salaire. Ainsi, une jeune ou un jeune gestionnaire de même formation et à âge égal débutant dans la vie professionnelle connaissent le même niveau de rémunération.

Par ailleurs, le taux de femmes aux postes de direction continue de progresser : 31,9 % (32,2 % à TF1 SA) en 2010 contre 29 % en 2009.

Enfin, depuis 2006, il a été décidé avec les organisations syndicales d'octroyer le taux négocié de l'augmentation pour l'ensemble des femmes salariées de TF1 ayant bénéficié d'un congé maternité au cours de l'année précédente. Ainsi toute femme dont le congé maternité avait débuté en 2009 s'est vue octroyer une augmentation de salaire d'au moins 2 % au mois de mars 2010, ou de 3 % si son salaire était inférieur ou égal à 2 600 euros.

78,3 % des femmes dont le congé maternité a débuté en 2009 ont bénéficié en 2010 d'une augmentation de salaire supérieure aux taux négociés des augmentations salariales.

## LES RELATIONS PROFESSIONNELLES ET LE BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS

La quasi-totalité des sociétés du Groupe sont dotées d'instances de Délégués du Personnel, d'un Comité d'Entreprise, d'un CHSCT et de délégués syndicaux. Signe d'un dialogue soutenu et constructif avec les organisations syndicales, 38 réunions de négociation ont eu lieu au sein du groupe TF1 en 2010, lesquelles ont abouti à la conclusion de 9 accords collectifs.

En application de l'accord sur les moyens dévolus aux organisations syndicales de TF1 SA conclu en juillet 2006, les organisations syndicales disposent de moyens informatiques modernes (intranet notamment) et de permanents syndicaux. D'une façon générale, les accords conclus au sein du Groupe offrent des avantages sociaux en matière de protection sociale, d'indemnité de départ, de congés, de droit syndical... qui vont bien au-delà des garanties prévues par le Code du Travail.

### PAYSAGE SYNDICAL DU GROUPE EN 2009 (MEMBRES TITULAIRES)

	Comité d'Entreprise	Délégués du personnel	Délégation unique	Conseil d'Administration	Total
CFTC	13	23	27	21	84
FO	2	2	0	1	5
CGC	1	0	0	0	1
CFTC / FO	3	2	0	1	6
CGT	1	7	1	0	9
CFDT	5	6	3	1	15
Indépendants	0	1	0	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>41</b>	<b>31</b>	<b>24</b>	<b>121</b>
Nombre de réunions avec les représentants du personnel (CE + DP + CHSCT + CA)					302
Nombre de réunions de négociation avec les délégués syndicaux					32
Nombre d'accords collectifs intervenus pendant l'année considérée					27



En 2008, à l'initiative de la Direction et des médecins du travail, il a été mis en place un observatoire médical sur le stress. Il s'agit d'un questionnaire proposé aux salariés lors de leur visite médicale. L'objectif de l'observatoire est d'identifier le stress et l'anxiété et de mettre en place, le cas échéant, des actions collectives en fonction des résultats constatés. 1 264 salariés ont répondu à ce questionnaire en 2010 (1 700 en 2009). Les Comités d'Entreprise et les CHSCT ont été informés des résultats constatés et de la poursuite de cette initiative.

Les deux services médicaux mènent des campagnes de prévention très importantes qui vont bien au-delà des obligations légales telles que le vaccin contre la grippe, la prévention des maladies cardio-vasculaires, une campagne de prévention sur les troubles auditifs.

Une mise à jour des documents uniques sur l'évaluation des risques professionnels est réalisée avec le concours des médecins du travail en concertation avec les élus des CHSCT. Ces documents comportent un inventaire des risques dans chaque unité de travail des entreprises et le suivi des actions de prévention qui ont été préalablement définies pour chacun des risques constatés (consignes de travail, formations...).

## **INTEGRATION DES NOUVEAUX EMBAUCHES, FORMATION PROFESSIONNELLE ET MOBILITE**

Le groupe TF1 accompagne les salariés tout au long de leur vie professionnelle en assurant un suivi personnalisé de leurs parcours. Le dispositif d'accueil et d'intégration des nouveaux embauchés leur permet d'appréhender rapidement leur nouveau cadre de travail ainsi que les différentes activités du Groupe.

L'entretien annuel est un moment privilégié d'échange avec son responsable hiérarchique, au cours duquel sont abordés le bilan de l'année écoulée, les objectifs pour l'année à venir ainsi que les projets professionnels du collaborateur et ses besoins en formation.

La formation professionnelle est un axe essentiel du développement des compétences des collaborateurs. Elle vise à développer les compétences spécifiques à chaque métier, à développer les compétences relationnelles et managériales, et à réussir l'accompagnement des projets stratégiques, comme en 2010 le passage des outils de gestion sur le logiciel SAP, le passage à la Haute Définition et le plan de formation spécifique au thème de la diversité pour les responsables ressources humaines, les élus, les managers et les collaborateurs journalistes et techniciens qui participent à l'élaboration des journaux télévisés et des magazines.

Le management et les relations humaines demeurent un axe fort à travers un cursus obligatoire que suivent les responsables hiérarchiques. Chacun de ces modules intègre désormais une partie spécifique sur la prévention des risques psychosociaux.

Dans le domaine des relations humaines en parallèle de formations dites classiques sur la prise de parole en public, la communication, la conduite de réunion et la négociation, deux formations sont spécifiquement dédiées à l'équilibre professionnel et la prévention en terme de gestion du stress.

Le thème des formations « cœur de métier » reste prioritaire pour les journalistes, techniciens, juristes, responsables ressources humaines et gestionnaires.

Enfin, les stages en langues et les journées thématiques de découverte des métiers du Groupe se sont poursuivis.

Après une année 2009 exceptionnelle en matière de formation (8,8 millions d'euros de budget soit 3,8 %), liée à des projets particulièrement impactant (PNS 2, SAP, RNA), un budget de 6,8 millions d'euros a été consacré à la formation dans le groupe TF1 en 2010, soit 2,8 % de la masse salariale globale.

2 334 salariés du groupe TF1 ont bénéficié d'une formation au cours de l'année 2010 soit 16 % de moins qu'en 2009 (2 777 en avaient bénéficié), année exceptionnelle en terme de formations dispensées pour les raisons précitées.

Les actions du plan de formation ont représenté, dans le groupe TF1, 35 405 heures (vs 62 483 heures en 2009, année exceptionnelle pour les raisons précitées). Par ailleurs, 10 623 heures de formation supplémentaires ont été réalisées en 2010 (vs 34 453 heures en 2009, année exceptionnelle pour les raisons précitées) par 16 collaborateurs du groupe TF1 au titre des périodes de professionnalisation des congés individuels de formation (vs 87 en 2009).

Le nombre de demandes de DIF accepté en 2010 est de 1 125 (vs 1 221 en 2009). Ces DIF ont représenté 25 195 heures (vs 31 960 heures en 2009).

Le nombre d'heures figurant dans les soldes DIF en 2010 est de 359 157.

Le montant de la taxe d'apprentissage Groupe s'élève à 1 709 370,45 euros pour l'année 2010 (vs 1 663 487 euros en 2009).

Concernant les jeunes diplômés, le groupe TF1 poursuit une politique dynamique d'accueil de stagiaires, qui constituent un vivier important de recrutements pour le Groupe, mais aussi de relations privilégiées avec les écoles et les universités. Dans ce cadre, le groupe TF1 a accueilli 321 stagiaires (stages écoles, CDD vacances et stages d'observation) en 2010 (vs 487 en 2009).

Les formations initiales avec lesquelles TF1 entretient des relations étroites sont, entre autres :

- BTS audiovisuel, lycée Jacques Prévert, Boulogne ;
- BTS audiovisuel, lycée René Cassin, Bayonne ;
- Master D2A de l'Université Paris I – Panthéon - Sorbonne ;
- Mastère Média ESCP-EAP, Paris ;
- IEP Paris ;
- Télécom Sud Paris, Evry ;
- École Nationale Supérieure des Télécoms, Paris ;
- AUDENCIA Nantes ;
- ESC Rouen.

La mobilité, autre axe directeur de la politique Relations Humaines du Groupe, correspond à la volonté de favoriser l'évolution de chacun à partir d'un suivi personnalisé et d'une gestion volontariste des parcours professionnels. Des réunions avec l'ensemble des responsables RH ont lieu deux fois par mois afin d'examiner les demandes de mobilité exprimées par les collaborateurs. Le même type de réunion a été aussi mis en place pour les personnels en CDD.

Un accord sur la Gestion Prévisionnelle des Emplois et des Compétences est en cours de négociation au sein du groupe TF1.

## TRAVAILLEURS HANDICAPES

Depuis plusieurs années, le groupe TF1 s'est engagé dans une politique en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi des personnes handicapées. L'impulsion donnée par la création de la Mission Actions Handicap en décembre 2007 a été rapidement relayée en 2008 par la signature, avec les partenaires sociaux, d'un premier accord triennal agréé relatif à l'intégration et au maintien dans l'emploi des personnes handicapées.

Les 6 axes de cet accord sont :

- un plan d'embauche ambitieux : intégrer au moins 30 personnes handicapées en 3 ans ;
- un plan de collaboration avec le secteur protégé et adapté ;
- la formation professionnelle ;
- un plan de maintien dans l'emploi ;
- l'accessibilité et l'adaptabilité des outils ;
- l'information et la communication.

En 2010, le Groupe a recruté 23 personnes handicapées sous différentes formes de contrats. Il en résulte que l'objectif de recrutement fixé dans l'accord (30 en 3 ans) a été largement dépassé puisque, depuis l'entrée en vigueur de l'accord, 71 recrutements ont été réalisés.

Pour répondre à son objectif d'intégration d'un minimum de 30 travailleurs handicapés, le groupe TF1 a développé le *sourcing* et travaille avec des cabinets de recrutement spécialisés, des agences d'intérim et des associations qui œuvrent pour l'emploi des personnes en situation de handicap.

Par ailleurs, il a conclu des partenariats avec certaines de ses écoles cibles afin d'accueillir des étudiants pendant leur cursus universitaire (convention Sciences Po Accessible, convention Passerelle...).

Afin de sensibiliser les écoles, la Mission Actions Handicap a signé un partenariat avec Hanploi afin d'agir dans nos écoles cibles, à raison de 10 par an.

Le groupe TF1 est également partenaire de l'ARPEJEH, association qui œuvre pour l'accompagnement des élèves et des étudiants dans la réalisation de leur projet professionnel.

La Direction des Achats, dans le cadre de sa politique Achats responsables, développe le recours au secteur protégé et adapté en sollicitant des EA ou ESAT susceptibles de répondre aux appels d'offres du Groupe (ex : entretien des espaces verts).

	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Nombre de travailleurs handicapés au sein</b>		
de TF1 SA (tout type de contrat)	42	29
du Groupe (tout type de contrat)	79	70
<b>Chiffre d'affaires hors taxe versé aux ateliers protégés</b>		
pour TF1 SA	332 000 €	350 000 €
pour le Groupe	433 000 €	417 000 €

Il en résulte que l'objectif fixé dans l'accord (660 000 euros en 3 ans) a été largement dépassé puisque le groupe TF1 a réalisé, avec les entreprises du secteur protégé et adapté, un chiffre d'affaires de 1 million d'euros en trois ans d'application de l'accord.

En matière de communication, suite à la campagne spécifique sur la thématique du Handicap, réalisée avec le concours de l'agence Publicis Consultants, les perceptions en interne ont évolué. En témoignent les 20 déclarations volontaires qui en ont résulté.

Les actions de communication du Groupe se poursuivent à travers des publications dans différents supports spécialisés de même que sur le site dédié [www.toutsimplementtf1.fr](http://www.toutsimplementtf1.fr)

Dans la volonté de promouvoir la différence et d'en faire une force, TF1 a été partenaire du Défi Intégration, constitué à parité de navigateurs handicapés et valides. Cet équipage a réalisé l'exploit de parcourir 17 000 kilomètres entre l'île de Groix et l'île Maurice qu'ils ont atteinte le 15 novembre 2010 après 68 jours de mer.

Sur le volet gestion des travailleurs handicapés en poste, la Mission Actions Handicap étudie les demandes des collaborateurs et répond aux adaptations qui leur sont nécessaires : co-financement d'appareillages, mise en place de conventions de transport, équipement TadeoBox (plate-forme d'interprétariat en langues des signes) pour les personnes atteintes d'une déficience auditive, service à table, adaptation de l'environnement de travail, etc.

Au-delà de la formation professionnelle, la Mission Actions Handicap est en mesure de proposer des formations sur mesure pour les personnes handicapées (collaborateurs du Groupe et prestataires des entreprises du secteur adapté qui réalisent des prestations sur les sites).

Des sessions de formation de sensibilisation au handicap ont été mises en place dans un premier temps à destination des managers et des recruteurs sur 2 jours, puis sur 1 jour pour l'ensemble des collaborateurs susceptibles d'accueillir au sein de leur équipe une personne handicapée.

Sur l'axe accessibilité, suite à un audit réalisé en 2010, l'ensemble des bâtiments du groupe TF1 répondent aux normes légales imposées aux établissements recevant du public et permettent d'accueillir des personnes en situation de handicap. Le groupe TF1, dans un objectif d'amélioration continue, entend poursuivre ses travaux d'accessibilité.

Un audit pour évaluer l'adaptabilité de certains outils numériques a été réalisé en 2009 par la société Urbilog. Au regard des résultats sur les applications auditées, certains travaux de mise en accessibilité ont été réalisés en 2010.

## **CADRE SOCIAL ET ACCORDS COLLECTIFS**

La politique en faveur de la famille est très développée (prime de mariage et de naissance de 915 euros chacune, réservation de places en crèche). À la demande des Comités d'Entreprise, la gestion de l'allocation garde d'enfant leur a été confiée depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2005. Celle-ci est octroyée aux salariés dont les enfants de moins de 4 ans sont gardés en crèche, ou par une assistante maternelle ou par un emploi à domicile (8 euros nets par jour travaillé dans la limite de 1 830 euros par an).

Les femmes enceintes conservent leur rémunération pendant toute la durée de l'arrêt de travail, et, à partir du sixième mois de grossesse, la durée hebdomadaire du travail est réduite de 10 heures. Par ailleurs, elles peuvent bénéficier d'un congé d'allaitement d'une durée de 4 semaines à la suite d'un congé maternité. Suite à la Négociation Annuelle Obligatoire, il a été décidé avec les organisations syndicales d'octroyer, aux salariés qui décideraient de conclure un PACS en 2010, trois jours de congés exceptionnels rémunérés. La plupart des sociétés du Groupe ont mis en place des jours de congés pour enfants malades lorsque la présence du père ou de la mère auprès de l'enfant est nécessaire.

Avec le concours d'une société spécialisée en restauration collective, TF1 met à disposition un restaurant d'entreprise pour l'ensemble de ses collaborateurs et participe au coût du repas à hauteur de 4,8 euros. Celui-ci a été entièrement conçu et réhabilité avec le concours d'un architecte donnant ainsi satisfaction à l'ensemble du personnel. Depuis 2009, un second restaurant d'entreprise a été mis en place dans un bâtiment dénommé l'Atrium.

La prise en charge de l'entreprise des frais de transport en commun (abonnement Passe Navigo, Vélip' et SNCF) est passée en 2010 de 50 à 60 %.

Un accord collectif de Groupe relatif au Compte Épargne Temps a été signé par les cinq organisations syndicales présentes au sein du groupe TF1. Mis en place depuis 2007, le Compte Épargne Temps permet à chaque salarié de disposer d'un capital en temps, alimenté chaque année par un versement des jours de congés (congés payés, congés d'ancienneté, jours RTT) non pris en fin d'exercice ou par la conversion de tout ou partie de leur treizième mois. Les salariés ont alors la faculté d'utiliser ensuite ce capital temps soit sous forme de temps (pris de congés à leur convenance) soit sous forme de complément de rémunération (en pouvant monétiser jusqu'à 5 jours par an). Par ailleurs, il peut permettre à l'entreprise d'aménager, pour les salariés proches de l'âge de la retraite, une période de transition avant le départ à la retraite par le financement d'un congé de fin de carrière. Enfin, suite à la négociation d'un avenant fin 2009, il permet depuis 2010 aux salariés qui le souhaitent, de déposer sur chaque période de référence jusqu'à 10 jours de CET sur le PERCO Bouygues et ainsi de bénéficier des dispositifs d'abondement liés à cet outil d'épargne salariale.

Concernant l'assurance frais médicaux, les garanties sont de très bon niveau, l'entreprise finançant la moitié de la cotisation. Le Comité Prévoyance composé paritairement de représentants des organisations syndicales et de l'entreprise a décidé de réaliser un appel d'offres auprès des assureurs et mutuelles au cours de l'année 2010. Les résultats ont permis d'améliorer certains aspects de la relation contractuelle et d'obtenir une légère baisse des cotisations prévoyance tout en améliorant certaines garanties. Un contrat spécifique est prévu pour couvrir l'ensemble des salariés qui partent dans des zones à risques (guerre, séisme par exemple).

TF1 s'attache également à créer un cadre de vie agréable en mettant à disposition de ses salariés sur leur lieu de travail des services de proximité tels qu'un distributeur de billets, un coiffeur, des services de conciergerie (exemple : pressing, vente de produits bio...). Des permanences sont également organisées avec une représentante de l'assurance frais médicaux et une assistante sociale. Considérant qu'il est important d'investir dans la forme et la santé de ses salarié(e)s, une salle de sport est mise à la disposition des salariés (12 euros par mois). Celle-ci a été complètement refaite et installée dans le bâtiment Atrium. Des cours y ont lieu matin, midi et soir, même le samedi matin. De même, l'entreprise propose aux salariés des tarifs préférentiels pour des abonnements à des clubs de sport (Forest Hill, Club Med Gym) et une association sportive qui organise des activités sportives dans de multiples domaines.

Dans le cadre de l'action logement, TF1 propose aux collaborateurs se trouvant en situation d'urgence des logements sociaux. Près de 585 logements ont été attribués aux salariés du groupe TF1 depuis 20 ans. 15 salariés ont été logés en 2010 (18 en 2009), ce chiffre est en très légère baisse malgré un contexte national de pénurie de logements et des conditions d'octroi de plus en plus restrictives. De plus, un nouveau dispositif a été mis en place en 2008 qui a permis en 2 ans de loger temporairement 2 jeunes âgés de moins de 30 ans ayant un projet professionnel dans une résidence située à Boulogne. Par ailleurs, le Groupe propose à ses collaborateurs l'ensemble des dispositifs existant 13 Loca-pass (38 en 2009), 4 prêts accession (34 en 2009), 6 prêts travaux (0 en 2009) et 124 salariés (71 en 2009) conseillés par les organismes dans le cadre d'un projet immobilier. Ces évolutions sont dues à des changements des règles légales applicables en la matière.

Pour les salariés handicapés ou ayant un membre de leur famille handicapé, les organismes collecteurs proposent des prêts pour l'aménagement du logement.

Enfin, un représentant des organismes de l'action logement effectue régulièrement une permanence dans les locaux afin d'aider les collaborateurs dans leurs démarches et les conseiller sur le financement de leur projet immobilier.

TF1 réunit régulièrement la commission logement du Comité d'Entreprise et l'informe de l'ensemble des actions menées.

Malgré des changements législatifs, le nombre de collaborateurs ayant bénéficié d'un dispositif de l'action logement est resté sensiblement le même : 169 salariés en 2010 (vs 174 en 2009).

## 1.7.3 Bilan environnemental (loi NRE)

---

### NOTE METHODOLOGIQUE

La méthodologie de calcul ou de *reporting* est indiquée dans les paragraphes ci-dessous.

### PERCEPTION DES ENJEUX ET POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE TF1

L'impact majeur d'un groupe média passe par sa capacité à sensibiliser le public aux grands enjeux. Les différentes chaînes et sites Internet du groupe TF1 sensibilisent tout au long de l'année les téléspectateurs et les internautes au respect de l'environnement dans de multiples cases de programmes : bulletins météorologiques, sujets des Journaux Télévisés (plus de 1 000 sujets traitant d'environnement en 2010), grands rendez-vous en *prime time* (*Ushuaïa Nature*), chaînes thématiques (*Ushuaïa TV*), site Internet (*Ushuaïa.com*), campagne de sensibilisation à destination des enfants.

La Direction de l'Information a mis à l'Antenne du 20h, depuis décembre 2009, Eco2climat, un indicateur des émissions de gaz à effet de serre des Français. Cet indicateur innovant est mis à jour et diffusé mensuellement, avec un traitement éditorial qui met en avant le lien entre nos habitudes de consommation (habitat, transport, alimentation...) et leurs impacts sur le changement climatique.

TF1, via TF1 Entreprises, est partenaire du salon Planète Mode d'Emploi dont la deuxième édition en 2010 a rassemblé 22 000 visiteurs.

L'empreinte écologique directe de l'activité des médias est perçue comme faible par rapport à d'autres secteurs mais elle est similaire sous l'angle de l'émission de gaz à effet de serre. Le secteur est générateur de transports, d'achats de matériels électroniques et de consommations électriques. Les entreprises du secteur des médias sont par ailleurs redevables envers leurs parties prenantes d'une certaine exemplarité. C'est la raison pour laquelle le groupe TF1, avec l'appui du groupe Bouygues, a mis en place une politique de réduction des émissions de gaz à effet de serre liés à son activité.

TF1 a réalisé en 2007, en partenariat avec l'ADEME, une première évaluation des émissions de gaz à effet de serre de son Antenne principale, grâce à la méthode du Bilan Carbone<sup>®</sup>. Le plan d'action qui s'en est suivi concerne chacune des sources d'émission, interne ou externe. Le Bilan Carbone<sup>®</sup> a été étendu à l'ensemble des activités du Groupe fin 2010 (hors Eurosport et Téléshopping). Il sera complété en 2011 puis mis à jour tous les trois ans.

Sur l'ensemble des autres thèmes environnementaux, le Groupe mène une politique volontariste dans tous les domaines dont il a la maîtrise : dans l'ensemble de son parc immobilier, les consommations d'énergie, fluides, matières premières (papier) et la gestion des déchets font l'objet de plans d'action et d'amélioration continus, toujours menés au-delà des exigences légales. Au service Reportage, dans les studios, dans l'exploitation du parc informatique, les dispositifs techniques intègrent de plus en plus la consommation d'énergie et la gestion des déchets en amont des projets d'ingénierie.

Un Système de Management de l'Environnement (SME) appliqué dans l'ensemble des immeubles directement gérés par le Groupe a été mis en place. La feuille de route « environnement » est examinée régulièrement par un comité dédié, qui valide les objectifs, s'assure la mise en œuvre des actions, de l'efficacité des mesures engagées et du retour d'expérience.

En 2010 a été lancé le Plan de Déplacement d'Entreprise (PDE), qui vise à améliorer l'empreinte écologique des déplacements depuis et vers le site de Boulogne-Billancourt.

Ces démarches, qui reflètent la volonté de la Direction de s'aligner sur les meilleures pratiques, comprennent la mobilisation des fournisseurs et la sensibilisation des collaborateurs. Ces derniers disposent d'un site collaboratif, MygreenTV, sur lequel leur sont proposés des bonnes pratiques, le suivi des questions liées au PDE ou des portraits de collaborateurs engagés.

TF1 est membre fondateur du collectif Ecoprod, une campagne de sensibilisation des producteurs audiovisuels à l'empreinte écologique de leurs activités, et a contribué en 2010 au développement d'un calculateur carbone spécialement adapté aux productions audiovisuelles.

## LE SYSTEME DE MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

Le SME s'inspire des démarches qualité et notamment de la dynamique « plan / do / check / act » propre aux systèmes de type ISO 9001.

Il concerne l'ensemble des immeubles directement gérés par le Groupe.

En 2009, les entités de TF1 (hors Eurosport et Téléshopping) ont été regroupées dans trois immeubles proches les uns des autres à Boulogne-Billancourt.

## PERIMETRE ET NATURE DES MESURES

Le SME, les objectifs définis et les mesures des consommations s'appliquent à partir de 2010 aux trois immeubles de Boulogne-Billancourt, Tour, Atrium, et Delta et à celui d'Eurosport à Issy-les-Moulineaux, l'Amiral. Ces bâtiments représentent une surface totale d'environ 83 000 mètres carrés SHON (Surface Hors Œuvres Nette). Le rassemblement des équipes à Boulogne-Billancourt, outre les avantages organisationnels, permet de minimiser les déplacements entre les sites et d'améliorer le pilotage de la gestion des bâtiments.

### Méthode de relevé des indicateurs :

- début 2011, le changement du système informatique en cours ne permet pas d'avoir les factures des consommations électriques. Les données seront donc issues exceptionnellement de relevés des compteurs. (Les mesures de consommation électrique et d'eau sont usuellement issues des factures, effectuées par télé-relevés) ;
- les déchets sont pesés par le prestataire (facturation au poids).

Pour mieux cibler les profils des consommateurs internes, TF1 a poursuivi en 2010 la rénovation de son outil de gestion du bâtiment pour intégrer davantage de compteurs sur les réseaux de distribution de fluides (électricité, eau...) et ainsi mieux maîtriser les consommations par une conduite plus fine des installations sur l'éclairage et la climatisation.

Notamment, la mise en œuvre de points de mesure permettant d'isoler les consommations liées aux bureaux et aux *process* :

- bureaux : éclairages postes de travail et circulation / outils bureautique / climatisation ;
- process* : salles serveur informatique et *broadcast* / locaux spéciaux type Studios / clim *process*.

## DONNEES DE LA LOI NRE

### CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU

La consommation d'eau en 2010 (essentiellement utilisée dans le circuit de climatisation, les sanitaires et les cuisines) est de 52 000 mètres cubes, stable depuis 2009, et en très forte diminution de près de 16 % depuis 2008.

#### CONSOMMATION DE RESSOURCES EN EAU (en mètres cubes)

<b>Site</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Tour / Atrium / Delta	44 271	44 292
Eurosport (Amiral)	7 783	7 672
<b>TOTAL EAU</b>	<b>52 054</b>	<b>51 964</b>

### Actions engagées depuis 2009

- remplacement du système à tresse par de la garniture métallique sur les 40 pompes de circulation de la boucle PAC (le nouveau système n'a plus besoin d'arrivée d'eau constante pour le refroidissement) ;
- remplacement du système de pompe défectueux du réseau surcomprimé d'eau mitigée ;
- installation de détecteurs automatiques asservis à des électrovannes d'ouverture d'eau sur les lavabos dans les toilettes pour limiter la consommation ;
- campagnes régulières de détection des fuites.

### Et spécialement en 2010

- utilisation de l'eau exhaure pour refroidir les ballons tampon de la boucle PAC.

Dès 2006, les prestataires utilisant l'eau (ménage, cuisine) ont été sensibilisés à l'importance d'une réduction des consommations, par une modification contractuelle.

En 2011, d'autres actions seront entreprises pour réduire la consommation de la partie laverie.

Pour l'entretien des véhicules, la vidéomobile a opté pour un lavage sans eau (avec *Ecowash*).

## CONSOMMATION DE MATIERES PREMIERES

Pour un groupe du secteur audiovisuel comme TF1, la principale consommation de matière première concerne l'utilisation de papier. En 2009, le service de reprographie a été externalisé vers un prestataire certifié Imprim'vert. Pour la consommation restante, (125 tonnes en 2010), plusieurs pistes de réduction ont été mises en œuvre : passage des publications internes sous format électronique, imprimantes multifonctions recto verso.

### CONSO PAPIER (en tonnes)

Site	2010	2009
Tour / Atrium / Delta	81	87
Eurosport (Amiral)	44	46
<b>TOTAL PAPIER</b>	<b>125</b>	<b>133</b>

Le papier utilisé désormais est, soit recyclé, soit issu de forêts certifiées. Le grammage a été réduit (passage de 90 g par feuille à 75 g).

## CONSOMMATION D'ENERGIE

Le groupe TF1 consomme de l'électricité principalement pour alimenter les équipements techniques liés à la fabrication et à la diffusion du programme (éclairage des studios, salles techniques et informatiques, régies...), pour l'activité courante de l'entreprise (système de climatisation, chambres froides des bâtiments, équipements de surveillance et de contrôle, pompes exhaustes) et enfin pour l'éclairage et les postes bureautiques.

Après deux années de hausse liées à l'introduction de nouveaux *process* et à l'accroissement du périmètre (réintégration des prestations de post-production), les consommations électriques ont amorcé une baisse sur le site principal (Tour / Atrium / Delta) de 2,6 %, soit 1 % de baisse globale.

### CONSOMMATION D'ELECTRICITE (en kilowatt-heure - kwh)

Site	2010	2009
Tour / Atrium / Delta	27 149 683	27 865 470
Eurosport (Amiral)	5 021 403	4 654 950
<b>TOTAL ÉLECTRICITE</b>	<b>32 171 086</b>	<b>32 520 420</b>

Les baisses sont dues essentiellement à l'arrêt des doubles systèmes (régie finale et fabrication LCI).

A également été mis en œuvre un site secours dont la consommation récurrente s'élève à 2 498 044 kWh et qui sera intégré au SME en 2011.

## MESURES PRISES POUR AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE

En dehors des phénomènes conjoncturels évoqués plus haut, de nombreuses actions ont été menées dans le cadre de la feuille de route « environnement » pour poursuivre les efforts engagés :

### Dans la gestion des bâtiments

#### En 2010 :

- *relamping* du site sur la base de nouvelles lampes (dicro led) sans transformateur, d'une puissance de seulement 4 watts (1 800 points) ;
- remplacement des éclairages du Hall Sud : les lampes sont plus chères à l'achat mais réduisent substantiellement le coût de maintenance ;
- étude d'un nouveau procédé d'entraînement par transmission de nos équipements de climatisation et notamment sur les centrales de traitement d'air (fonctionnement 24h/24) pour réduire les pertes énergétiques, les opérations, et les coûts de maintenance sur ces machines.

#### Et toujours :

- délestage de l'allumage des éclairages des parkings, réduction des plages horaires ;
- extinction programmée des éclairages et climatisation des plateaux ;
- détecteurs de présence dans les sanitaires ;
- télévisions et ordinateurs éteints lors de rondes de sécurité, éclairages et climatisation en mode veille sur les plateaux non techniques dès 22h ;

- remplacement des lampes type dichroïque par des lampes à LED ;
- amélioration du pilotage des installations par la GTC, en sensibilisant des équipes à l'optimisation des consommations selon les besoins (climatisation et éclairage), en éliminant toutes les arrivées d'air extérieur non réchauffées dans les circuits en période froide ;
- installation de poutres froides lors de la rénovation de l'Atrium.

#### **En 2011 :**

---

- une étude sera menée avec IBM sur le surdimensionnement de la climatisation des salles techniques ;
- un plan d'action de réduction des consommations sera engagé avec le prestataire « restauration » (durée d'allumage des équipements d'extraction, mise en chauffe de la laverie, cuisson, maintien au chaud...) ;
- l'utilisation de la norme AFNOR EN 16001 est à l'étude.

#### **Dans la gestion du domaine Informatique**

#### **En 2010 :**

---

##### ***Actions réalisées en faveur des économies d'énergie :***

La démarche de virtualisation des serveurs a été prolongée avec cinquante serveurs supplémentaires. L'installation des futurs serveurs en Windows Server 2008 permettra également des économies d'énergie.

- renouvellement des machines existantes par un parc moins énergivore (prise en compte des normes « Star Energy » et « Epeat gold » dans les appel d'offres) ;
- plan d'extinction et rallumage des postes (Econoposte) poursuivi.

##### ***Achats et la gestion du cycle de vie du matériel :***

- introduction d'un système de gestion efficace de la récupération et du recyclage des équipements obsolètes (DEEE, société ou reprise constructeur) ;
- dispositif de dématérialisation des supports mis en place (notes de frais, EIA) et réduction des papiers, encre, déchets, DVD (- 1 000 DVD / an) ;
- poursuite de la politique d'impression (remplacement des cartouches d'impression par des cartouches moins polluantes).

##### ***Usage du Système d'Information (SI) :***

- audit visant à évaluer l'accessibilité du SI pour les travailleurs handicapés.

#### **En 2011 :**

---

##### ***Poursuite des efforts d'économie d'énergie :***

- mise en place d'un logiciel d'optimisation de la consommation électrique (fréquence processeur, veille en journée...) ;
- audit des *data center* afin de pouvoir préconiser des solutions adaptées : températures, couloirs chauds... ;
- prolongement de la démarche de virtualisation déjà amorcée.

#### **Achat et gestion du cycle de vie du matériel :**

- approfondissement de la politique d'achat vers l'analyse du cycle de vie et du taux de rentabilité de chaque produit acheté et généralisation de l'évaluation EcoVadis des fournisseurs.

#### **Usage du Système d'Information :**

- étendre la réflexion menée autour du Système d'Information en envisageant la mise en place de règles de développement pour l'accessibilité des applications ;
- mener une réflexion sur l'intérêt et les enjeux du travail à distance tout au long de l'année.

### **RECOURS AUX ENERGIES RENOUVELABLES**

L'étude de l'utilisation des toits des studios pour réaliser une terrasse végétalisée et poser des panneaux photovoltaïques se poursuit en 2011.

### **CONDITIONS D'UTILISATION DES SOLS**

Non applicable

### **REJET DANS L'AIR, L'EAU ET LE SOL**

#### **Gaz à effet de serre (GES)**

Le premier Bilan Carbone<sup>®</sup> a été réalisé avec le concours de l'ADEME en 2007 sur le processus Antenne de TF1. Les émissions de GES sont liées à des facteurs externes (consommation électrique des téléviseurs, achats de programmes) et à des facteurs internes (productions des programmes, achats de matériel informatique et *broadcast*, consommation électrique directe...). Le plan d'action concerne ces deux types de sources.

Les émissions de GES externes en aval, soit la consommation électrique des téléviseurs des spectateurs, rapportée au temps d'audience de TF1, ont été estimées à 190 000 teqCO<sub>2</sub>.

En 2010, le bilan a été étendu à l'ensemble des activités du Groupe (hors Eurosport, autres Antennes France et Téléshopping) à partir des données 2009. Il sera complété sur l'ensemble des activités en 2011. Ces chiffres seront consolidés avec ceux du groupe Bouygues, en prévision de la mise en place d'une comptabilité carbone à horizon 2012. Une grande partie des chiffres obtenus (notamment sur les intrants) dépendent de facteurs financiers ; une marge d'approximation importante (40 %) doit donc être prise en compte.

#### **ESTIMATION SUR LES DONNEES 2009**

<b>Postes</b>	<b>Émissions, en teqCO<sub>2</sub></b>
Énergie Bâtiments	3 700
Grille des programmes de TF1	87 400
Autres Intrants	73 100
Déplacements	19 700
Déchets directs	270
Immobilisations	3 500
<b>TOTAL</b>	<b>187 670</b>

#### **Plan concernant les émissions de GES internes, avec le concours du groupe Bouygues**

- politique d'achat et d'amortissement intégrant les critères écologiques pour le matériel informatique, et les achats *broadcast* ;
- parc de voitures de fonction : plafonnement pour les véhicules de fonction à 170 g/km et invitation à baisser en dessous de 160 g. Incitation à l'usage des transports en commun, passage du remboursement du Passe Navigo et de l'abonnement Vélib' de 60 % à 70 % ;
- réduction des consommations électriques récurrentes (voir ci-dessus) ;
- lancement du Plan de Déplacement d'Entreprise en 2010 ;
- essai d'un parc de voitures électriques en covoiturage prévu en 2011.

## **Empreinte écologique de la fabrication des programmes**

---

La fabrication des programmes, en interne ou en externe, représente la deuxième source d'émission de gaz à effet de serre du bilan. Or, le secteur est encore peu sensibilisé en France à la notion d'empreinte environnementale et à sa réduction. TF1 a réalisé des actions innovantes dans le domaine de la technologie *broadcast* :

- Au service Reportage : nouveaux équipements des cars vidéomobiles et maîtrise des consommations  
Les trois cars de la vidéomobile, complètement autonomes, plus légers et plus modernes, sont aussi moins gourmands en énergie grâce à la mise en place de batteries qui se rechargent en roulant. Tous les véhicules sont à la norme « Euro 4 ». Ils sont équipés d'une boîte 6 vitesses pour limiter la consommation.  
Un petit groupe électrogène, couplé au système Vitron, gère l'énergie en fonction des besoins. Les équipements sont allumés sélectivement et seulement en fonction des besoins de la mission.
- Éclairage à LED dans les studios  
Eurosport et LCI ont conçu leurs nouveaux studios avec un éclairage composé uniquement de LED, qui durent plus longtemps, consomment moins et ne chauffent pas. À LCI, ce nouvel équipement permet de limiter la consommation totale du plateau (éclairage et climatisation) à 7 kW en moyenne, soit dix fois moins qu'un studio équipé d'un éclairage conventionnel.
- Ecoprod : pour des productions audiovisuelles respectueuses de l'environnement  
TF1 a lancé en 2009 avec le concours de 5 partenaires (ADEME, AUDIENS, Commission du Film d'Île de France, DIRRECTE IDF, France Télévisions), une campagne de sensibilisation à l'empreinte écologique des activités audiovisuelles à destination des producteurs et des autres professionnels du secteur. Un centre de ressource a été mis en ligne avec des fiches de bonnes pratiques par métier et des témoignages à consulter sur [www.ecoprod.com](http://www.ecoprod.com).  
En 2010, un calculateur d'empreinte écologique dédié aux productions audiovisuelles a été également mis en ligne sur le site (rubrique Carbon'Clap).  
Ces outils sont présentés aux professionnels du secteur régulièrement.  
En 2011, le collectif Ecoprod développera 3 axes de travail :
  - rédaction d'une Charte de l'éco-tournage ;
  - mise en visibilité des efforts réalisés par les productions ;
  - actions de sensibilisation et de formation, avec les acteurs de la formation continue.
- Eco2climat : un indicateur innovant au *Journal Télévisé de 20h* de TF1  
TF1 et le cabinet Carbone 4, ont développé et mis à l'Antenne du 20h depuis décembre 2009, un indicateur innovant qui mesure les émissions de GES émis en moyenne par les Français : Eco2climat. Cet indicateur est suivi d'un développement éditorial qui permet de comprendre le lien entre nos modes de consommation et le changement climatique. <http://lci.tf1.fr/eco-climat/>.

### **Autres gaz**

Afin d'anticiper les effets de la réglementation sur l'élimination progressive des gaz nocifs pour la couche d'ozone (règlement CE N° 2037/2000 Parlement européen et du Conseil du 29 juin 2000, échéance à 2015), TF1 a pris la décision de planifier le remplacement des équipements de climatisation concernés (environ 1 600 pompes à chaleur et armoires de climatisation et cinq groupes de production d'eau glacée) dès 2006. Ce programme, échelonné sur cinq ans, s'intégrera dans un plan de rénovation complet du bâtiment.

Les gaz employés dans les installations frigorifiques font partie des fluides préconisés dans la réglementation en vigueur, toutes les précautions lors de la vidange des équipements vétustes sont prises avant leur mise au rebut.

### **NUISANCES SONORES ET OLFACTIVES**

Eurosport, installé dans un environnement d'immeubles d'habitation, a fait capitonner les installations bruyantes sur son toit dès 2001. Désormais, les fournisseurs (de groupe froid, de tours aéro-réfrigérantes, de centrales de traitement d'air, de groupes électrogènes) sont attendus sur les performances de leurs produits en termes de nuisances sonores. Un acousticien est sollicité pour confirmer la qualité de ces produits.

Dans le cadre de la rénovation des groupes électrogènes du siège, un système (Venturi) a été installé sur les échappements des groupes pour améliorer le mélange de l'air et ainsi diminuer l'impact olfactif des gaz d'échappement.

### **TRAITEMENTS DES DECHETS**

Le poids des déchets est de 1 678 tonnes en 2010, en augmentation sur le site du Point du jour à la suite de nombreux travaux ayant généré des « encombrants » (réfection des zones laissées disponibles par LCI).

## **DECHETS COLLECTES**

<b>Site</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
Tour / Atrium / Delta	1 237 (dont 40 % recyclés)	1 134
Eurosport (Amiral)	441 (dont 83 % recyclés)	450
<b>TOTAL GROUPE</b>	<b>1 678</b>	<b>1 584</b>

### **Déchets issus des bureaux**

Tout en tenant compte de la spécificité des sites du Groupe, le tri sélectif des déchets a été développé là où il était possible de le faire. Eurosport a installé des corbeilles de bureaux à deux contenants (papiers / autres déchets). Au siège de TF1, l'adéquation entre le volume de déchets à évacuer et la logistique nécessaire à ce traitement a entraîné le choix, par la Direction des Affaires Générales, de s'équiper d'un compacteur d'ordures, opérationnel depuis août 2003. Le tri est ensuite assuré par une société prestataire qui revend la matière récoltée pour recyclage. La prestation fournie comprend un triage fin à la main et un recyclage de 80 % des contenus, dont sont seulement exclues les matières plastiques.

Les déchets du bâtiment Atrium sont collectés et triés par les services municipaux.

L'opération « Cleaning Day » initiée à l'occasion des déménagements de 2009, a été reconduite en 2010 et a permis de valoriser 41 tonnes de déchets et de réduire les besoins de stockage. Cette opération favorise la sensibilisation des collaborateurs au traitement des déchets et sera systématisée.

### **Tubes fluorescents et Toners**

Le ramassage des tubes fluorescents est assuré par la société Exprimm qui a en charge la maintenance électrique du site. 100 % des tubes changés sont récupérés et envoyés pour retraitement. Sont également ramassés et recyclés les toners et cartouches d'encre. Les filtres des copieurs sont changés régulièrement.

### **Piles**

Un collecteur de piles est installé dans les cafétérias. Les collaborateurs sont invités aussi à y déposer leurs piles personnelles. Le poids des piles récoltées est passé de 700 kg à 1 tonne.

### **Huiles alimentaires**

Elles sont stockées dans des conteneurs spéciaux et reprises par une société spécialisée.

### **DIB (Déchets Industriels Banals)**

Ils sont traités par la ville de Boulogne-Billancourt. Les prestataires sont sensibilisés au problème des déchets. Ils n'utilisent pas de lingettes pour le ménage, ni de produits non bio-dégradables.

### **Déchets gris**

Les matériels en fin de vie peuvent être donnés à des associations, vendus à des brokers, ou repris par des entreprises du secteur adapté. En 2010, 1 600 PC, imprimantes ou écran réformés ont été retraités. 300 téléphones portables ont été réformés (80 % recyclés, 20 % démantelés et retraités). Dans le cadre d'un accord conclu par l'ensemble du groupe Bouygues fin 2010 pour améliorer les différentes étapes du traitement des DEEE<sup>(1)</sup> : ATF<sup>(2)</sup> Gaia, entreprise adaptée et filiale du groupe ATF, a été choisie pour traiter le recyclage et la revente de matériels informatiques et électroniques.

---

(1) Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques.

(2) Entreprise à but social qui emploie au minimum 80 % de salariés handicapés dans l'effectif de production, dans des conditions de travail adaptées à leur handicap.

## DVD

À TF1 Vidéo, les DVD défectueux ou invendus sont collectés en retour de client chez le logisticien. Les produits sont intégralement retraités par des ateliers adaptés ou des sociétés spécialisées. Dans les ateliers protégés, le boîtier est revendu et réutilisé, la jaquette papier est recyclée, les rondelles deviennent des bouteilles en plastique ou des vêtements en polaire.

Dans les services internes, la collecte des DVD a également été mise en place.

### Actions 2010

---

- Verre :
  - Un collecteur a été mis en place en 2010
- Sacs recyclables :
  - Des sacs recyclables ont été mis en place pour la petite restauration, ce qui a permis d'économiser 36 000 sacs jetables (soit 1 tonne de déchets évitée par an).

### En 2011

---

- réduction à la source des déchets (passage de 12 à 1 conteneur de déchets, en collaborant avec les prestataires).
- pour les déchets des restaurants :
  - mise en place de bacs à compost ;
  - mise en place de tri autonome par les collaborateurs.

Produits	Qu'en fait-on ?
Papier	Mouchoirs et nappes en papier
Piles et batterie de véhicules	Une fois extraits, le ferromanganèse, le zinc et le mercure sont réutilisés dans l'industrie
Huiles usagées de cuisine	Après filtrage, elles sont utilisées comme combustible
Toner d'imprimantes	Démontage et nettoyage du toner, remplissage et revente
Matériel informatique usagé	Les matériels sont orientés vers les centres de ré-utilisation ATF ou vers les sites de démantèlement et de destruction
Mobilier	Destruction des non utilisables et revalorisation des matériaux, dons à des associations du mobilier en état satisfaisant
Déchets humides	Destruction par incinération
DVD	Boîtier réutilisé, jaquette recyclée, rondelle transformée en bouteille plastique ou en vêtement en polaire

## MESURES PRISES POUR LIMITER LES ATTEINTES A L'EQUILIBRE BIOLOGIQUE

Dans le cadre des activités du Groupe, essentiellement en France, il n'y a pas d'atteinte à l'équilibre biologique.

## DEPENSES ENGAGEES POUR PREVENIR LES CONSEQUENCES DE L'ACTIVITE SUR L'ENVIRONNEMENT

La mesure des émissions de gaz à effet de serre et leur réduction sont gérées par des moyens internes. Il n'y a pas d'autre atteinte à l'environnement générée spécifiquement par ce type d'activité.

TF1 participe à hauteur de 10 000 euros par an à la démarche Ecoprod (développement d'outils de mesure et réduction de l'empreinte écologique des productions audiovisuelles).

## MOYENS CONSACRES A LA REDUCTION DES RISQUES POUR L'ENVIRONNEMENT.

Non applicable.

## ORGANISATION MISE EN PLACE POUR FAIRE FACE AUX ACCIDENTS DE POLLUTION AU-DELA DES ETABLISSEMENTS DE LA SOCIETE

Non applicable.

## **MESURES PRISES POUR ASSURER LA CONFORMITE DE L'ACTIVITE AUX DISPOSITIONS LEGISLATIVES**

En amont des plans d'action, la veille légale en matière d'environnement mais aussi de sûreté, d'hygiène et de sécurité, fait l'objet d'un suivi rigoureux. Un groupe transversal qui implique la Direction juridique, les Affaires Sociales et les Directions Affaires Générales et Sécurité a été mis en place à cet effet.

TF1 poursuit sa veille réglementaire au niveau de ses installations techniques, classées ICPE (Installations Classées pour la Protection de L'Environnement).

Les installations relevant de cette législation sont définies dans une nomenclature qui, en fonction de l'activité produite, de son importance et du niveau de gravité des dangers ou nuisances qu'elles présentent, sont soumises soit à autorisation ou à déclaration.

TF1 possède plusieurs installations soumises à la réglementation ICPE, notamment :

- les groupes électrogènes ;
- les unités de production de froid ;
- les tours de refroidissement.

Après diagnostic, toutes ces installations sont en conformité avec la réglementation des ICPE et ne génèrent aucune pollution, ni nuisance d'aucune sorte.

## **DEMARCHES D'EVALUATION OU DE CERTIFICATION ENTREPRISES EN MATIERE D'ENVIRONNEMENT**

Au-delà des obligations légales, TF1 fait expertiser la qualité de l'air (empoussièrement, hygrométrie) et de l'eau (machines à café) 5 ou 6 fois par an.

TF1 travaille sur les thèmes environnementaux avec des prestataires certifiés (ISO 9001 et / ou 14001 pour la gestion des déchets, la maintenance du système électrique, l'achat du mobilier...).

Le SME en lui-même, même s'il s'inspire de normes reconnues, n'a pas pour vocation d'être audité.

Il est à noter que TF1 figure déjà dans 3 principaux indices boursiers qui font référence en matière d'investissement socialement responsable : FTSE4Good, Aspi Eurozone et Ethibel. Si la présence de TF1 dans ces indices boursiers ne constitue ni une évaluation, ni une certification, elle fournit néanmoins une indication positive sur la prise en compte des exigences sociales et environnementales par TF1.

### **Effet des ondes sur la santé**

Concernant les antennes d'émission sur le toit du Bâtiment principal de TF1 à Boulogne, des mesures ont été effectuées en 2007 et communiquées au CHSCT. Elles montrent qu'il n'y a pas de dépassement des limites autorisées dans le périmètre de circulation prévu autour de l'antenne. Cette circulation est réservée à un petit nombre de techniciens et respecte une zone de sécurité balisée, à l'intérieur de laquelle la circulation est interdite.

Concernant les antennes mobiles (véhicules émetteurs antennes aérotransportables), d'autres mesures ont été réalisées par l'APAVE qui n'a décelé aucune anomalie. L'usage de ces émetteurs comprend des mesures de sécurité pendant leur installation par l'opérateur, et le balisage d'un périmètre de sécurité d'1,5 mètre autour des appareils posés au sol.

Le service médical reste très vigilant et étudie chaque système émetteur des ondes qui entre en exploitation.

## **EXISTENCE DE SERVICES INTERNES DE GESTION DE L'ENVIRONNEMENT**

TF1 a choisi, pour gérer les thèmes de type « gestion des risques », « hygiène et sécurité », ou « environnement » une organisation en réseau, disposition préférée à l'existence de services dédiés. Cette organisation permet d'impliquer les opérationnels et de conserver la transversalité nécessaire à ces domaines. Dans le cadre du groupe de travail chargé de la mise en œuvre des actions après le Bilan Carbone<sup>®</sup>, le même principe a été retenu.

Un coordinateur s'assure de la complémentarité des compétences dans les groupes de travail, de l'avancement des plans, et de l'organisation des revues.

## **FORMATION ET INFORMATION DES SALARIES**

Le plan de communication vers les collaborateurs, sur les sujets liés au développement durable, est désormais engagé, en sus des rubriques régulières figurant dans les publications internes (*Coups d'œil*, mensuel, et *Regards*, tri-annuel) et sur l'Intranet.

Pour accompagner les changements comportementaux nécessaires à la protection de l'environnement, un échange a été mis en place avec les collaborateurs autour de l'intranet collaboratif MygreenTV. Les thèmes évoqués traitent de la mobilité, la restauration, l'utilisation de l'énergie, l'équipement bureautique et mettent en valeur des collaborateurs particulièrement engagés dans la défense de l'environnement dans leur vie personnelle ou professionnelle. Plusieurs événements annuels sont organisés pour ancrer la démarche.

TF1 est partenaire fondateur de la Fondation Nicolas Hulot.

# RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR L'EXERCICE

Mesdames, Messieurs, chers actionnaires,

Nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire, conformément à la loi et aux statuts, afin de vous rendre compte de notre gestion durant l'exercice écoulé, soumettre à votre approbation les comptes de l'exercice 2010 et vous exposer la situation de la société, de son Groupe et ses perspectives d'évolution.

Le présent rapport de gestion vous informe également de la gestion sociale et environnementale de votre société.

Les comptes annuels de l'exercice 2010 sont présentés, comme chaque année, à la fois pour le groupe TF1 (comptes consolidés) et pour la société mère, Télévision Française 1.

Les comptes consolidés ont été arrêtés selon le référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, les comptes de TF1 SA selon les règles et principes comptables applicables en France. Les modifications intervenues dans la présentation des comptes annuels sont indiquées page 122.

Les comptes ont été arrêtés par le Conseil d'Administration de TF1 SA du 16 février 2011.

Les éléments survenus depuis cette date sont présentés dans ce chapitre.

## 3.1 TENDANCES DE MARCHÉ 2010

### 3.1.1 La télévision

En 2010, la télévision fédère toujours les téléspectateurs, au quotidien, et surtout autour de grands événements. Le développement des nouvelles technologies ouvre davantage le champ des possibles, avec de nouveaux supports de l'image télévisuelle, mais aussi avec une qualité d'image plus fine sur les téléviseurs. En 2010, l'offre est importante avec plus d'une centaine de chaînes, que ce soit sur le réseau hertzien, la Télévision Numérique Terrestre (TNT) gratuite ou payante, le câble, le satellite ou l'ADSL.

#### UN EQUIPEMENT FOYER FAVORABLE À LA CONSOMMATION DE L'IMAGE TELEVISUELLE<sup>(1)</sup>

Les téléviseurs sont présents dans tous les foyers français : 98,5 % des foyers français sont aujourd'hui équipés d'au moins un poste de télévision. Parmi eux, 53 % sont multi-équipés télévision et possèdent donc au moins deux postes de télévision.

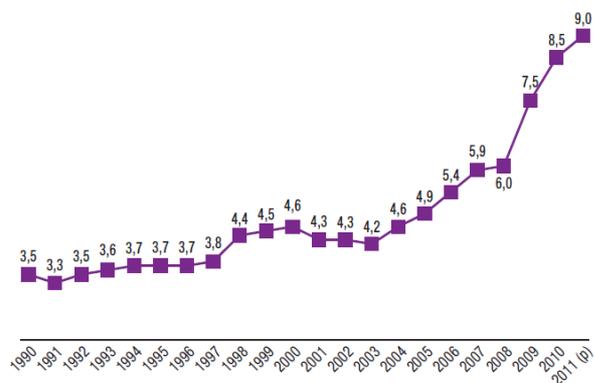
Cette présence amplifiée des téléviseurs au sein des foyers français s'explique notamment par les nouveaux formats d'écrans. 65 % des foyers sont désormais équipés d'un téléviseur 16/9 et 63 % d'un téléviseur Haute Définition, ces équipements étant en très forte progression (respectivement + 11 points et + 17 points en un an).

Si l'attrait pour les équipements « image » se confirme, celui pour les équipements « son » est stable à 14 % des foyers équipés d'un Home Cinéma (+ 1 point en un an, + 2 points sur 2 ans).

Enfin, les ventes de téléviseurs ont connu un nouveau record en 2010 sous l'impulsion de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 et du passage au tout numérique.

Ce passage a concerné 10 régions en 2010 et 12 en 2011 dont l'Île de France le 8 mars 2011. Les Français ont globalement bien amorcé ce virage puisque 89 % des foyers français disposent d'au moins un poste télévision numérique et 63 % sont entièrement numérisés (télévision numérique sur tous les postes du foyer).

#### VENTES DE TELEVISEURS EN VOLUME (en millions)



#### VERS UNE GENERALISATION DE L'ACCES A PLUS DE 19 CHAINES

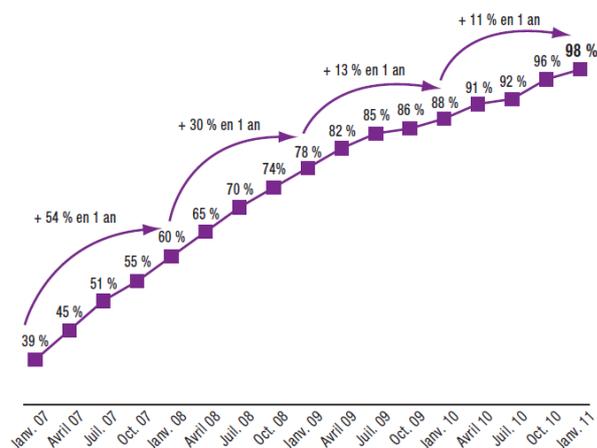
98 % des Français reçoivent à fin décembre 2010 dix-neuf chaînes ou plus. Cette révolution du paysage audiovisuel français s'est opérée de façon relativement rapide et est désormais quasi achevée. À fin 2006, la pénétration multichaînes ne concernait que 39 % des foyers équipés d'une télévision.

Cette croissance est liée exclusivement à la progression des modes de réception gratuits de la télévision.

(1) Source : Médiamétrie / Référence des Équipements Multimédias / octobre-décembre 2010 – foyers équipés TV.

## ÉVOLUTION DE LA REPARTITION DES INDIVIDUS SELON LE NOMBRE DE CHAINES REÇUES

Équipés de télévision recevant 19 chaînes ou plus / 4 ans et plus.



La TNT est désormais le premier mode de réception d'une offre élargie, avec 59 % de foyers raccordés, c'est-à-dire équipés d'un adaptateur TNT (externe ou intégré à leur téléviseur) et d'une antenne râteau. Lancée en mars 2005, la TNT connaît un taux de progression très important, constituant ainsi l'offre la plus dynamique mise à disposition des téléspectateurs français (+ 9 points en un an, + 23 points sur 2 ans).

La télévision par ADSL reste la seconde offre en termes d'accès à une offre multichaînes : elle concerne 24 % des foyers et dépasse désormais le câble et le satellite. Cette offre est également dynamique, mais dans une moindre mesure que la TNT (+ 6 points en un an).

Modes d'accès à une offre élargie plus traditionnelle, les abonnés à un bouquet satellite (15 % des foyers) et au câble (7 %) sont tous les deux relativement stables en 2010<sup>(1)</sup>.

## LA TELEVISION, PREMIER MEDIA CONSOMMÉ, Y COMPRIS PAR LES 15-24 ANS

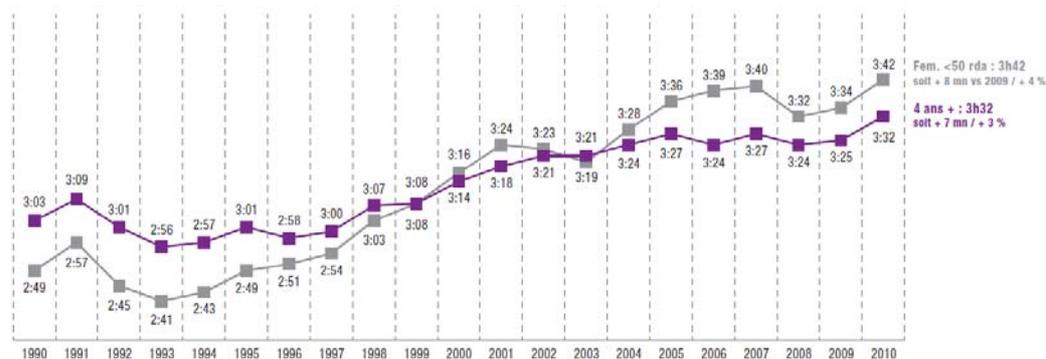
89 % des Français ont au moins un contact par jour avec la télévision contre 77 % avec la radio, 47 % avec la presse et 41 % avec Internet. La télévision est donc le premier média en terme de couverture<sup>(2)</sup>.

Pour ce qui est du temps passé<sup>(1)</sup>, le média télévision est également privilégié par les Français dans leurs temps de consommation des médias en 2010. Un Français regarde la télévision en moyenne 3h32 par jour. Il écoute la radio 2h10 et surfe sur Internet pendant 31 minutes.

La consommation de la télévision a atteint cette année un niveau record et a progressé sur toutes les cibles adultes. Elle est d'ailleurs le seul média à progresser auprès des 15-24 ans : + 5 minutes *versus* 2009 alors que la radio baisse et l'Internet est stable en 2010.

## ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DU MEDIA TELEVISION

Durée d'écoute pour les Individus âgés de 4 ans et plus et les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.



Source : Médiamétrie

<sup>(1)</sup> Source : Médiamétrie / Référence des Équipements Multimédias/ octobre-décembre 2010 – foyers équipés TV.

<sup>(2)</sup> Source : Médiamétrie-EPIQ Juillet 2009 / Juin 2010.

## DES MODES DE CONSOMMATION DE TELEVISION QUI EVOLUENT... LENTEMENT<sup>(1)</sup>

La consommation de télévision évolue à travers de nouveaux modes, qui restent néanmoins largement minoritaires.

Un Français consacre donc en moyenne 3h32 par jour à regarder la télévision à domicile, en direct, sur téléviseur.

La durée d'écoute du média télévision en direct hors domicile (« *anywhere* ») représente 1 minute par jour, soit 0,5 % de la consommation télévisuelle « traditionnelle ». La durée d'écoute du média télévision hors téléviseur (sur ordinateur ou téléphone notamment – « *any device* ») représente également 1 minute par jour, soit 0,5 % de la consommation télévision aujourd'hui mesurée. Enfin, l'audience différée (« *anytime* ») représente quant à elle 6 minutes par Français et par jour, soit 3 % du direct à domicile sur téléviseur ; parmi cette audience différée, le visionnage après enregistrement privé représente 3 minutes, et la télévision de rattrapage 3 minutes.

Avec la démultiplication des offres et l'évolution du paysage audiovisuel, les parts d'audience des chaînes principales évoluent comme indiqué dans les graphiques ci-dessous.

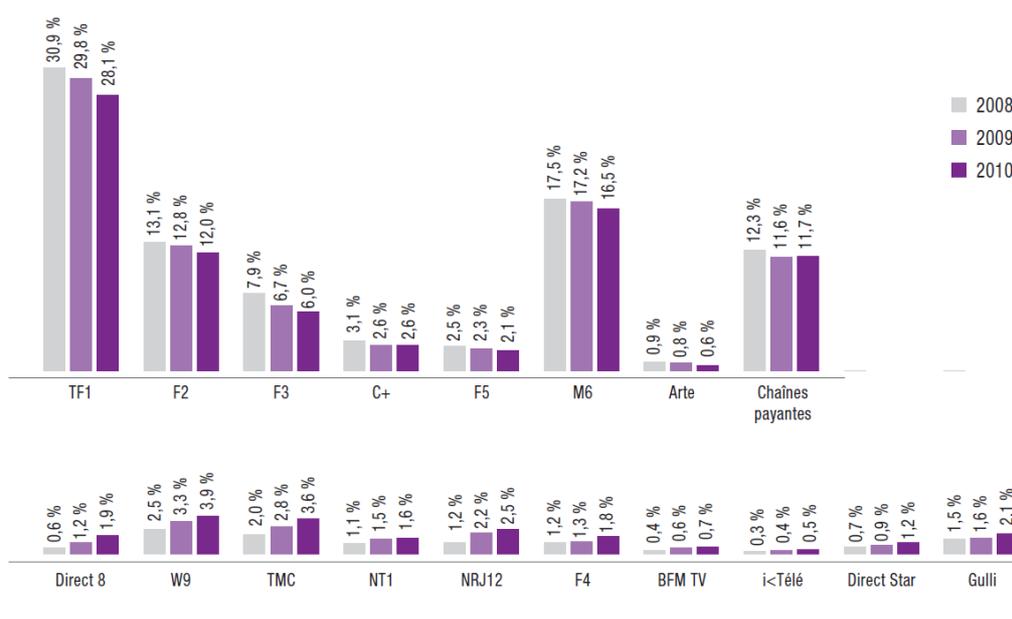
### PART D'AUDIENCE SUR LES INDIVIDUS AGES DE 4 ANS ET PLUS



(1) Source : Médiamétrie.

(2) Source : Médiamétrie-EPIQ Juillet 2009 / Juin 2010.

### PART D'AUDIENCE SUR LES FEMMES DE MOINS DE 50 ANS RESPONSABLES DES ACHATS



(1) Source : Médiamétrie.

Les chaînes NT1, Direct 8 et NRJ 12 sont désormais mesurées au national et au quotidien aux côtés des chaînes déjà mesurées dans le Médiamat national (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 4, France 5, M6, Arte, W9, TMC, Gulli).

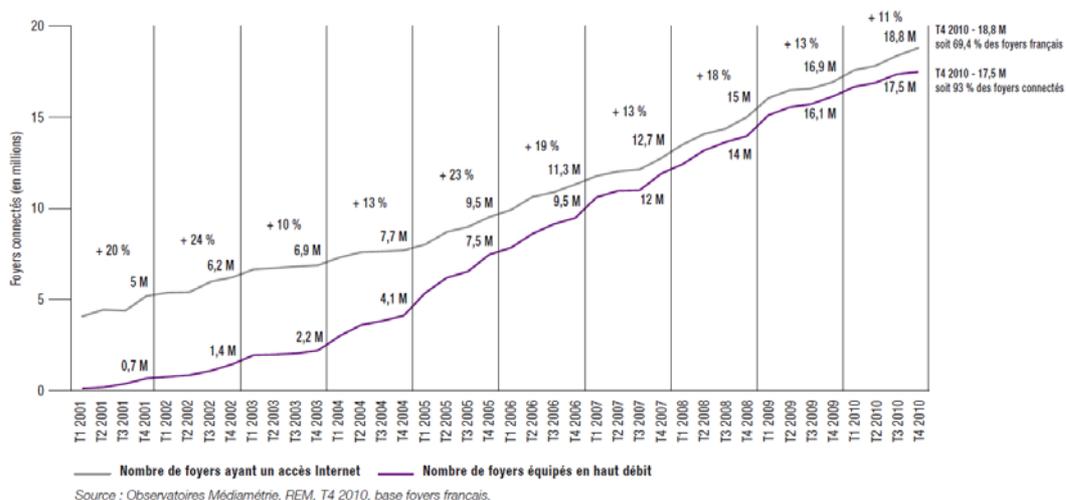
Par ailleurs, Médiamétrie a mis en place depuis le 3 janvier 2011 la première étape de la mesure de l'ATAWAD (*Any Time / différé ; Anywhere / hors domicile principal ; Any device / hors téléviseur*). Le différé *via* enregistrement privé ou *time shifting* (donc hors *catch-up*) est désormais intégré à la mesure quotidienne de la durée d'écoute de la télévision. Il représente un apport de 1,6 % d'audience soit 3 minutes et 40 secondes par jour et par Français. Plus de 40 % du différé est consommé le jour de diffusion du programme (VOSDAL : *View on Same Day as Live*).

## 3.1.2 L'Internet

### ÉQUIPEMENTS DES FOYERS FRANÇAIS EN ACCÈS INTERNET

Les foyers français ont de plus en plus accès à Internet, avec au quatrième trimestre de l'année 2010, 18,8 millions de foyers connectés à Internet (soit 69,4 % des foyers français, + 5 points vs T4 2009). Le haut débit est devenu le mode d'accès privilégié : 93 % des foyers connectés à Internet le sont en haut débit (17,5 millions de foyers).

#### ACCÈS A INTERNET ET HAUT DÉBIT – HISTORIQUE 2001-2010



#### TYPE D'ACCÈS A INTERNET

(Base foyers en 2010 : 27,1 millions)

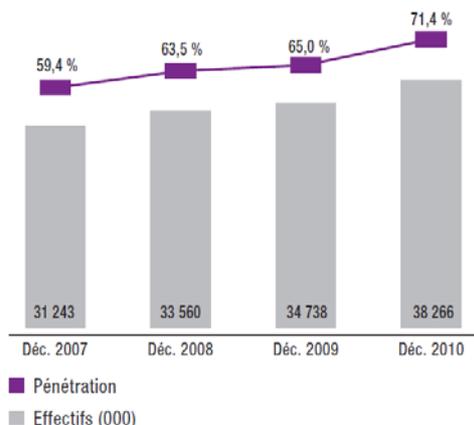


Source : Médiamétrie, Observatoires Médiamétrie, REM, T4 2010.

#### USAGES INTERNET DES FRANÇAIS

À fin 2010, la France compte 38,3 millions d'internautes (base décembre 2010, 11 ans et +) soit une pénétration de 71 %.

## ÉVOLUTION DE LA PART D'INTERNAUTES PARMIS LES 11 ANS ET PLUS

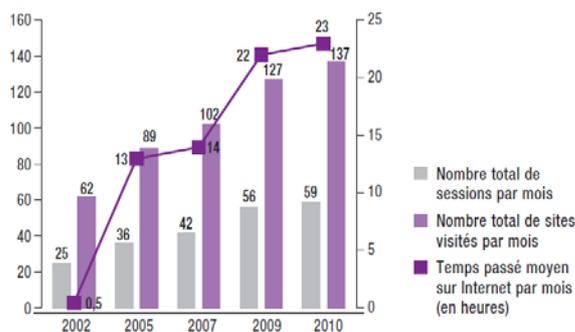


## ÉVOLUTION DES USAGES PAR MOIS PAR VISITEUR UNIQUE

Le nombre d'internautes français progresse ainsi que les usages Internet.

En décembre 2010, un internaute se connecte en moyenne 59 fois à Internet dans le mois (versus 56 fois en 2009) et visite en moyenne 137 sites différents (versus 127 sites en 2009).

Il en est de même pour le temps passé sur Internet : un internaute passe en moyenne 23 heures sur Internet par mois en décembre 2010, contre 22 heures en décembre 2009.



Source : Panel NNR, Décembre 2010, Tous lieux de connexion.

## TENDANCES 2010 DU WEB SOCIAL

Facebook continue d'accroître son bassin d'audience correspondant à plus de 27,2 millions de visiteurs uniques et « talonne » désormais Microsoft. Le réseau social est maintenant sur le podium des « Parents »<sup>(1)</sup> français, derrière Microsoft (27,5 millions de visiteurs uniques) et Google (36,5 millions de visiteurs uniques).

Au-delà du bassin d'audience, les statistiques affichées par Facebook battent des records en termes de fidélisation : temps passé par visiteur unique de 5h44, 55 % des membres se connectant au moins une fois par jour. Cinquième mondial en nombre de membres, la France compte 16 millions de membres.

Autre acteur phare du Web social, Twitter compte environ 225 000 utilisateurs français (145 millions d'inscrits dans le monde). Les trois quarts des échanges produits sont le fait de 5 % seulement des utilisateurs, ces usagers intensifs sont cependant souvent considérés comme des influenceurs.

Les utilisations de ces différents leviers sociaux sont extrêmement spécifiques et forcent à une réflexion *ad hoc*, quant à leurs usages et managements.

TF1 a renforcé en 2010 son partenariat avec Facebook, en intégrant régulièrement des modules (Facebook connect) et en développant sa stratégie communautaire via les « fan pages » (32 « fan pages ») et les différents jeux sociaux (6 jeux lancés : *MasterChef*, *Le plus grand Quiz de France*, *Doc Martin*, *Totally Spies*, *Bola* et *Secret Bluff*). L'ensemble des pages comptent désormais plus de 4 millions de fans.

TF1 compte, par ailleurs, 7 comptes Twitter (en dehors des comptes animateurs), regroupant plus de 78 000 *followers*.

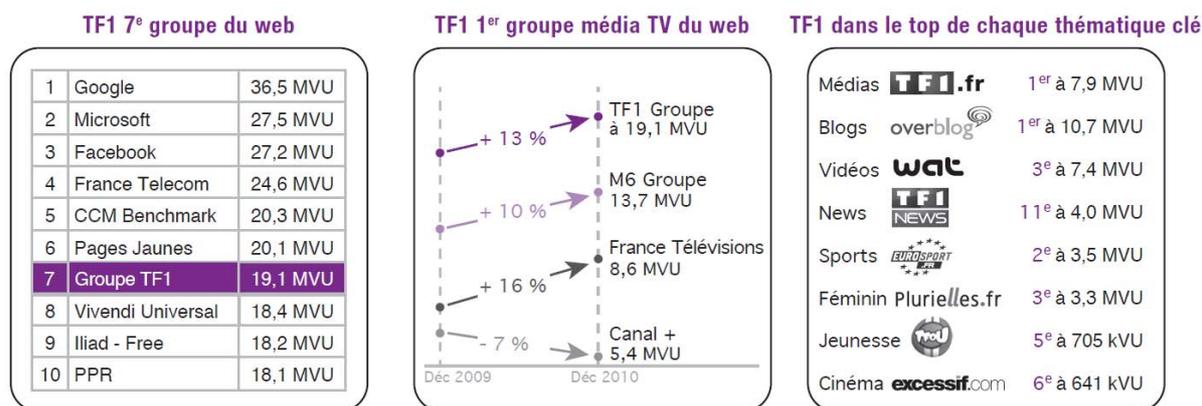
<sup>(1)</sup> Parent (groupe propriétaire) : il s'agit de l'entité qui détient le contrôle des pages web (ou URLs) mesurées. Ce contrôle est généralement financier (+ de 50 %). (source : Médiamétrie)

Le trafic en provenance de ces deux acteurs du Web social ne cesse de croître (même s'il reste très minoritaire) et représentera en 2011 un axe fort de développement (le programme *Secret Story* a réalisé de belles performances, en dépassant 1 million de visites mensuelles en fin de saison).

L'année 2010 a enfin été marquée par l'arrivée des tablettes, et notamment de l'iPad. Tablettes et *smartphones* et les usages mobiles qui leur sont associés, vont certainement contribuer au développement du Web social, en renforçant les aspects de géolocalisation (ex : Foursquare).

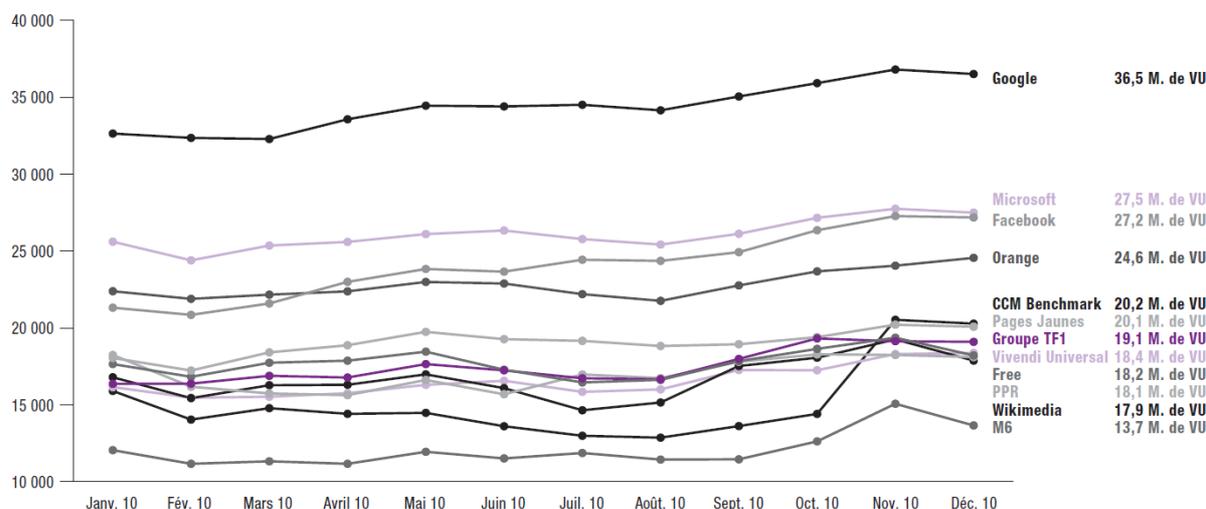
## CLASSEMENT DES SITES INTERNET FRANÇAIS

Le groupe TF1 est le septième groupe de l'Internet en France et premier groupe média télévision du Web français, grâce à des performances des sites issus de l'univers de la chaîne TF1 (TF1.fr) et des sites *pure-player* tels que WAT, Overblog ou plurielles.fr.



Source : Panel NNR, Décembre 2010, Tous Lieux de connexion, Applications Internet Exclues.  
(VU = visiteurs uniques)

## ÉVOLUTION DU TOP 10 DES PARENTS AU COURS DE L'ANNEE 2010



Source : Panel NNR, tous lieux de connexion, applications Internet exclues.  
(VU = visiteurs uniques)

À noter la sortie significative de Yahoo! du Top 10 des Parents en 2010.

## NOUVEAUX USAGES ET NOUVELLES TECHNOLOGIES

### PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DU TÉLÉVISEUR : VERS ENCORE PLUS DE TÉLÉVISION « GRAND SPECTACLE »

#### Les téléviseurs connectés

Le marché de la télévision est en plein bouleversement, les télévisions connectées étant l'un des axes de réflexion car elles soulèvent plusieurs questions : usage réel des télévisions connectées, éducation du marché, spécificités du marché français (fort poids des *set-top boxes*), etc.

Le marché français semble, en effet, plus difficile pour les télévisions connectées (par rapport au marché américain) à cause de la concurrence des opérateurs télécoms et de leur *set-top boxes* automatiquement intégrées dans leurs abonnements *triple-play*. Le même problème se pose à Apple ce dernier n'offrant, de plus, pas l'accès aux chaînes en direct. La question est d'autant plus d'actualité avec l'arrivée de la nouvelle génération de *set-top boxes* (SFR, Free). Les opérateurs télécoms ont la capacité de gérer un service de bout en bout, et leur parc à distance et tout en maîtrisant la relation client. L'aspect législatif et réglementaire est un autre point intéressant puisqu'il a tendance à privilégier le stockage local des contenus, or, les télévisions connectées n'ont pas cette capacité (pour l'instant).

Le développement des télévisions connectées pourrait cependant avoir des effets considérables en termes de recomposition de la chaîne de valeur. Les *scenarii* suivants pourraient être envisagés : des industriels qui ajoutent à leur activité de commercialisation de matériels, un métier de distributeurs de services et de gestion d'abonnement, des éditeurs ou producteurs qui s'affranchissent des distributeurs pour commercialiser en direct leurs contenus vers le client final, des opérateurs de réseau contraints de revenir à un simple métier de mise à disposition d'infrastructures.

Enfin, l'impact sociétal des télévisions connectées sera intéressant à suivre. En effet, les nombreux services fournis vont tirer l'écran de la télévision vers le rôle de « *personal television* », avec les effets inhérents sur les usages et en fonction de chaque cible.

750 000 télévisions connectées ont été vendues en France en 2010, chiffre qui pourrait atteindre 2,6 millions en 2011, selon certains analystes. Elles devraient représenter plus de la moitié des ventes d'écrans en 2014.

### **Les téléviseurs 3D**

Si l'ensemble du marché (producteurs de films, chaînes de télévision, fournisseurs d'accès, etc.) a renforcé ses efforts sur la télévision 3D, il semblerait que le public ne soit pas encore convaincu par l'offre.

Ainsi 150 000 téléviseurs compatibles 3D ont été vendus en 2010 sur un total de 8,5 millions de pièces écoulées. Le Simavelec prévoit la vente de 900 000 télévisions 3D en 2011. De nombreux freins subsistent encore et freinent le déploiement massif de ce segment : manque de contenu vidéo compatible, prix élevé, différentes normes techniques, lunettes obligatoires (même si le CES 2011 fut le théâtre de démonstration de technologie 3D sans lunettes).

## **PERSPECTIVES AUTOUR DE LA MOBILITE : VERS PLUS DE CONSOMMATION DE MEDIAS EN SITUATION DE MOBILITE**

### **La Radio Numérique Terrestre (RNT)**

Le chantier de la Radio Numérique Terrestre a pris beaucoup de retard. Compte tenu de la suspension actuelle du calendrier de déploiement de la RNT en France, LCI Radio se trouve dans l'incapacité de diffuser ses programmes sur des ressources numériques ou analogiques et a cessé d'émettre le 1<sup>er</sup> février 2011.

Le lancement de la RNT est inscrit dans la loi de 2007 sur la modernisation de la diffusion audiovisuelle mais aucune date n'est fixée, alors que les principales radios françaises s'opposent à son introduction en France. Un test a cependant été lancé à Nantes en mai 2010 afin d'avoir une démonstration de la qualité de son numérique.

David Kessler a rendu son rapport d'étape le 23 octobre 2010, qui fait apparaître de fortes dissensions au sein des radios (oppositions des radios publiques, régionales et associatives versus les radios privées nationales qui jugent la RNT non profitable). Plus largement, le débat « pour ou contre la RNT » se fonde sur des enjeux majeurs. Outre le coût supplémentaire difficile à supporter par les radios, l'avantage pour le consommateur est moins évident que celui offert par la TNT : l'offre de radio FM est déjà très vaste, alors que la TNT a permis aux 75 % de téléspectateurs français qui n'avaient accès qu'à 5 chaînes d'en recevoir 15 nouvelles, et ce sans changer de postes. Cependant, la RNT offrirait un panel de radios élargi, notamment en province, et donnerait aux radios régionales la possibilité d'étendre leur zone de diffusion. La radio par Internet évoquée comme solution alternative dans un contexte de multiplication des Webradios a pour inconvénient de nécessiter un accès réseau haut débit payant, de pas être accessible en continu sur le territoire et d'avoir un modèle économique encore fragile.

### **Les tablettes ou livres électroniques**

Au-delà du succès de la tablette d'Apple, 2010 a également été l'année de la consécration pour Amazon et son Kindle, dont les ventes ont plus que triplé en 2010, passant de 2,4 millions en 2009 à environ 8 millions en 2010, selon des estimations faites par des analystes indépendants. L'arrivée des liseuses dotées d'un écran couleur devrait largement dynamiser ce segment.

### **Les smartphones et les magasins applicatifs**

Les nouvelles générations de *smartphones* (iPhone, Android, Bada...) démocratisent l'Internet mobile et permettent aux éditeurs médias et Web d'accroître leurs audiences et leurs revenus. Notamment, les magasins en ligne d'applications pour *smartphones* rencontrent un grand succès, même si leur multiplication pose la question du multi-adressage pour les éditeurs. Avec plus de 300 000 applications disponibles, iTunes reste la plateforme mobile au catalogue le plus fourni.

L'application qui a généré le plus de revenus en 2010 est celle de la ligue américaine de baseball qui permet notamment aux amateurs de suivre les résultats des matches. Son téléchargement est gratuit mais elle contient de nombreuses options payantes, ce qui constitue une piste très pertinente en termes de stratégie *freemium*.

Dans la catégorie iPad, les applications payantes les plus téléchargées relèvent de la bureautique et appartiennent à Apple, il s'agit du traitement de texte pages, de la visionneuse de document PDF Good Reader et du tableur Numbers. En gratuit, la librairie de livres électroniques iBooks domine, suivie de la radio Pandora et du service de vidéo Netflix.

TF1 a sorti fin janvier 2011 une application gratuite iPad et iPhone s'articulant autour de 2 volets : le flux du direct et la télévision de rattrapage.

### Les nouvelles mesures d'audience

La première vague de mesure de l'Internet mobile, réalisée par Médiamétrie, est sortie fin octobre 2010. L'année 2011 sera marquée par le travail mené sur le panel vidéo mais également sur la notion de mesure d'audience hybride.

## 3.1.3 La publicité

---

Après une année 2009 très morose qui a engendré une forte pression sur les prix sur l'ensemble des médias, l'année 2010 marque la reprise des investissements publicitaires.

Les données qui suivent sont des données brutes. Il faut donc prendre ces informations avec réserve en raison de la forte pression sur les prix qui persiste en 2010 et donc de l'importance des taux de négociation plus ou moins élevés selon les médias. Ainsi, si les niveaux d'investissements bruts semblent avoir retrouvé leurs niveaux de 2008, le constat n'est pas le même pour les données nettes (publication IREP-France Pub du 15 mars 2011).

En 2010, une rupture méthodologique dans le recueil de la pige brute Internet rend impossible toute comparaison des investissements 2010 *versus* les années antérieures sur ce média. Autre conséquence : aucune évolution des parts de marché par média sur le périmètre plurimédia total n'est disponible.

## ÉVOLUTIONS DES INVESTISSEMENTS PLURIMEDIA EN 2010

*(Données brutes – source Kantar Média ; données nettes – source IREP)*

Les investissements publicitaires plurimédia bruts sont en hausse de 10,0 % hors Internet<sup>(1)</sup>.

Grand fait marquant de 2010, la télévision (hors parrainage) est le premier média investi avec 31,5 % des recettes plurimédia brutes. Les investissements bruts sur la télévision progressent de 15,2 % à 8,1 milliards d'euros (plus forte progression en valeur brute). La télévision Historique progresse de 9,4 % à 5,4 milliards d'euros, les chaînes de la TNT gratuite gagnent 40,0 % à 1,9 milliard d'euros et le marché du câble-satellite est en hausse de 9,6 % à 0,8 milliard d'euros. En net en 2010, les investissements en télévision étaient en hausse de près de 11 % (vs 2009).

En brut, la presse devient ainsi, en 2010, le deuxième média avec des recettes brutes de 7,4 milliards d'euros, en hausse de 7,4 %. Sa part de marché s'établit à 28,7 %. Trois catégories contribuent essentiellement à cette progression : les magazines (+ 9 %) contribuent pour plus de 50 %, la presse quotidienne nationale (+ 15 %) y participe pour plus de 34 % et enfin la presse gratuite (+ 20 %) qui pèse pour 27 % de cette hausse. En net en 2010, les investissements étaient en baisse de près de 2 % (vs 2009).

Les investissements bruts sur Internet (display) s'élèvent à 3,3 milliards d'euros (en 2010, rupture méthodologique dans le recueil de la pige brute Internet rendant impossible toute comparaison des investissements 2010 *versus* les années antérieures). Ce média rassemble 12,8 % des investissements publicitaires. En net en 2010, les investissements étaient en hausse de 12 % (vs 2009).

La radio progresse de 6,2 % à 3,9 milliards d'euros pour une part de marché de 15,2 %. Cette progression est expliquée par la croissance des investissements des stations généralistes (+ 9 %) et des stations musicales (+ 5 %). En net en 2010, les investissements étaient en progression de 5 % (vs 2009).

L'affichage voit ses investissements gagner 7,1 % à 2,8 milliards d'euros bruts pour une part de marché de 10,7 %. En net en 2010, les investissements étaient en hausse de 5 % (vs 2009).

Le cinéma progresse de 18,9 % (ne représentant cependant qu'une hausse de 41 millions d'euros) à 0,3 milliard d'euros, avec une part de marché de 1,0 %. En net en 2010, les investissements étaient en progression de 18 % (vs 2009).

---

<sup>(1)</sup> En 2010, rupture méthodologique dans le recueil de la pige brute internet rendant impossible toute comparaison des investissements 2010 vs années antérieures.

Recettes brutes et évolution des recettes	Recettes en tarifs bruts	Évolution des recettes	Parts de marché
	Jan.-Dec. 2010	Jan.-Dec. 2010 / Jan.-Dec. 2009	Jan.-Dec. 2010
TÉLÉVISION	8 099,5 M€	+ 15,2 %	31,5 %
<i>dont TV Historique</i>	5 421,2 M€	+ 9,4 %	21,1 %
<i>dont TNT gratuite</i>	1 873,2 M€	+ 40,0 %	7,3 %
<i>dont TV Cab/Sat</i>	805,1 M€	+ 9,6 %	3,1 %
PRESSE	7 372,0 M€	+ 7,4 %	28,7 %
RADIO	3 909,4 M€	+ 6,2 %	15,2 %
INTERNET	3 280,2 M€	-	12,8 %
PUBLICITÉ EXTÉRIEURE	2 756,4 M€	+ 7,1 %	10,7 %
CINÉMA	256,8 M€	+ 18,9 %	1,0 %
<b>TOTAL</b>	<b>25 674,3 M€</b>	<b>+ 10,0 % (HORS INTERNET)</b>	<b>100,0 %</b>

## LA TELEVISION EN 2010

(Données brutes – source Kantar Média)

Rassemblant 40,3 % des investissements sur la télévision, TF1 est la première chaîne investie avec des recettes en hausse de 7,8 % à 3,3 milliards d'euros.

Les investissements sur les chaînes gratuites de la TNT (BFM TV, Direct 8, France 4, Gulli, i-Télé, NRJ12, NT1, TMC, Virgin 17 et W9) continuent de progresser rapidement (+ 40,0 %) à 1,9 milliard d'euros en 2010, pesant désormais près de 23,1 % des investissements bruts de la télévision.

Enfin, les chaînes du câble et du satellite sont en hausse de 9,6 % à 805 millions d'euros. TF1 Publicité est la deuxième régie sur les chaînes du câble-satellite avec une part de marché de 23 % sur cet univers.

Les taux de passage des investissements bruts-nets ne sont pas comparables entre, d'une part, la TNT et le câble-satellite et, d'autre part, les chaînes de télévision historiques, les investissements bruts surévaluant le poids des deux premières catégories dans le total télévision.

### PART DE MARCHE DES CHAINES – UNIVERS TOUTES TELEVISIONS

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>TOTAL MEDIA TÉLÉVISION</b>	<b>100,0 %</b>					
<b>Télévision Historique</b>	89,9 %	87,0 %	82,1 %	76,1 %	70,5 %	66,9 %
TF1	48,9 %	47,7 %	45,1 %	44,9 %	43,0 %	40,3 %
M6	20,8 %	20,1 %	19,8 %	19,6 %	19,3 %	18,4 %
FRANCE 2	10,8 %	10,3 %	9,0 %	5,7 %	3,5 %	3,9 %
CANAL +	1,9 %	1,7 %	1,7 %	2,0 %	2,2 %	2,0 %
FRANCE 3	6,4 %	6,3 %	5,7 %	3,6 %	2,1 %	2,0 %
FRANCE 5	1,0 %	0,9 %	0,9 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %
<b>TNT Gratuite</b>	0,9 %	3,0 %	6,2 %	12,5 %	19,0 %	23,1 %
<b>Autres chaînes</b>	9,1 %	10,0 %	11,8 %	11,4 %	10,5 %	9,9 %

### PART DE MARCHE DES CHAINES DE LA TNT GRATUITE – UNIVERS TOUTES TELEVISIONS

	2008	2009	2010
<b>TNT gratuite</b>	12,5 %	19,0 %	23,1 %
W9	1,9 %	3,2 %	4,1 %
TMC	2,2 %	3,4 %	3,9 %
i<Télé	1,2 %	1,8 %	2,7 %
NRJ12	1,4 %	2,3 %	2,6 %
Direct 8	0,7 %	1,5 %	2,3 %
BFM TV	0,9 %	1,5 %	2,0 %
NT1	1,3 %	1,8 %	1,9 %
Gulli	1,0 %	1,4 %	1,9 %
Direct Star	1,3 %	1,3 %	1,4 %

## LES SUPPORTS DIGITAUX EN 2010

(Données nettes – source : baromètre Capgemini SRI/UDECAM et IREP.)

Le marché publicitaire de l'Internet *display* (hors *search*, affiliation, annuaires, *e-mailing* et comparateur), avec 540 millions d'euros nets en 2010, connaît une progression de 12 % de ses investissements publicitaires nets. En parallèle, celui de l'Internet mobile (sites Web mobiles et applications) continue d'afficher une croissance à deux chiffres (+ 23 %) pour atteindre 27 millions d'euros.

Trois grandes tendances ont marqué 2010 :

- la forte progression de la publicité dans les flux vidéos (*instream*)

Avec une croissance de 150 % des investissements publicitaires nets, le poids de ce type de communication a plus que doublé et représente près de 6 % des investissements Internet *display*. L'engouement pour la *catch-up* explique en grande partie cette croissance.

TF1 Publicité occupe une position forte grâce, d'une part, à l'offre de *catch-up* premium de TF1.fr, qui représente 80 % de la grille 18h et 24h de l'Antenne, sa déclinaison sur l'IPTV (MyTF1) et, d'autre part, de WAT.tv qui propose un ensemble de chaînes vidéos destinées plus particulièrement aux 15-34 ans, cible très consommatrice de vidéos sur Internet.

- le développement important des opérations spéciales (OPS) sur l'ensemble des canaux digitaux

De plus en plus d'annonceurs activent des OPS pour s'approprier des territoires de communication bien précis. Les secteurs de l'alimentation-boissons, des télécommunications, de l'hygiène-beauté, de l'entretien, ou encore de l'automobile mettent de plus en plus en œuvre des dispositifs OPS autour d'événements, de marques-média ou sur des supports bien identifiés par les Français.

TF1 Publicité, forte d'un portefeuille de marques connues et reconnues (TF1, Eurosport, *MasterChef*, *Secret Story*, *Le Plus Grand Quiz de France...*), d'une large gamme de médias digitaux (Internet, mobile, IPTV et tablettes) et de solutions (réalisation de site, productions de vidéos...) offre aux annonceurs de nombreuses possibilités d'expression et de déploiement de leur marque.

- le développement de la publicité sur l'Internet mobile et les applications

De plus en plus d'annonceurs prévoient un volet mobile dans leur plan de communication pour accompagner le phénomène iPhone (plus largement *smartphone*) et des applications, qui concourent à accroître la place de ce média digital dans le quotidien des Français.

Avec, entre-autres, le 5<sup>e</sup> site le plus consulté en France (portail Bouygues Telecom) et la 1<sup>re</sup> application mobile sportive (Eurosport.com), TF1 Publicité possède de nombreux atouts et occupe une position solide au sein d'un marché en pleine ébullition.

De nombreux développements sont prévus en 2011 : déclinaison des marques de TF1 Publicité sur les tablettes (Eurosport, TF1 puis bientôt TF1 News, WAT, TFou...) déjà mise en place depuis janvier 2011, le développement de la *catch-up* sur le mobile et les tablettes TF1 (TF1 puissance 5), réflexion autour des TV connectées...

## PERSPECTIVES 2011

L'année 2010 a été marquée par un contexte de reprise qui reste fragile (difficultés économiques, pressions sur les prix...).

Le marché publicitaire a subi, en 2009, une contraction conjoncturelle de la demande liée à la situation économique, conduisant à une distorsion atypique du rapport offre / demande.

Cherchant à optimiser au maximum les moyens, les annonceurs renforcent de plus en plus les arbitrages entre les médias et les supports, privilégiant les supports qui proposent le meilleur rapport coût / efficacité sur les ventes. Dans cette logique, la télévision continue d'occuper une place centrale dans leurs plans médias.

Ce nouveau rapport de force entre l'offre et la demande, ainsi que la conjoncture économique qui reste fragile, nous laissent penser que la pression sur les prix restera soutenue en 2011. Néanmoins, certains segments comme les supports d'audience de masse, connaissent une réalité toute autre, grâce à une offre rare et donc premium.

### **3.1.4 Réglementation**

---

#### **TAXE SUR LA PUBLICITE TELEVISUELLE**

La Loi de finances pour 2011 du 29 décembre 2010 a ramené la taxe sur la publicité télévisée visant à compenser le manque à gagner de France Télévisions à un taux de 0,5 % à compter de 2010 et jusqu'à l'arrêt total de la publicité sur France Télévisions (prévu par cette même loi au 1<sup>er</sup> janvier 2016) pour les chaînes analogiques. Pour les chaînes de la TNT, ce taux est porté à 0,25 % jusqu'à l'extinction de la diffusion analogique et sera ensuite porté à 0,5 % jusqu'à l'arrêt total de la publicité sur France Télévisions. À partir de 2016, le taux de la taxe sera de 3 %. Cette taxe est prélevée sur les recettes publicitaires supérieures à 11 millions d'euros des chaînes privées.

#### **DECRET RELATIF AUX OBLIGATIONS DE PRODUCTION**

Le décret n° 2010-747 paru le 2 juillet 2010 regroupe au sein d'un même texte les obligations de production applicables, d'une part, aux chaînes hertziennes analogiques et, d'autre part, aux chaînes hertziennes numériques, qui faisaient jusqu'alors l'objet de deux décrets distincts.

#### **DECRET RELATIF AUX OBLIGATIONS DE PRODUCTION ET DE DIFFUSION APPLICABLES AUX SERVICES DE MEDIAS A LA DEMANDE (SMAD)**

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision prise pour partie en application de la dernière Directive Services Médias Audiovisuels (SMA) pose le principe de l'application aux services de médias audiovisuels à la demande de la réglementation audiovisuelle. Le décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 précise les règles applicables aux SMAD diffusés par voie hertzienne terrestre ou distribués par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel tels que le câble, le satellite, l'ADSL. Ce décret prévoit :

- les dispositions relatives à la contribution au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles ;
- les dispositions permettant de garantir l'exposition des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, européennes et d'expression originale française au sein des offres de SMAD et d'en assurer la mise en valeur effective ;
- les dispositions relatives à la publicité, au parrainage et au téléachat pour ces services.

#### **AVENANT AUX CONVENTIONS CSA DES CHAINES DU GROUPE TF1**

Les conventions des chaînes du groupe TF1 ont été modifiées par avenant, d'une part, pour transposer les dispositions des nouveaux décrets relatifs aux obligations de production et, d'autre part, concernant TF1, TMC et NT1 pour intégrer les engagements pris devant le CSA à la suite du rachat de TMC et NT1.

#### **LOI RELATIVE A L'OUVERTURE A LA CONCURRENCE ET A LA REGULATION DU SECTEUR DES JEUX D'ARGENT ET DE HASARD EN LIGNE**

La loi n° 2010-476 relative à l'ouverture à la concurrence et à la régulation du secteur des jeux d'argent et de hasard en ligne a été promulguée le 12 mai 2010.

Cette loi prévoit notamment que la publicité en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard est interdite dans les programmes télévisés « présentés comme s'adressant aux mineurs ». Dans une délibération publiée le 21 mai 2010, le CSA a défini précisément les programmes concernés par cette disposition. Cette délibération est valable jusqu'au 31 janvier 2011. Le CSA adoptera avant cette date une nouvelle délibération en s'appuyant sur les pratiques constatées.

## 3.2 RESULTATS DES ACTIVITES 2010

### 3.2.1 Le Groupe

#### PRESENTATION ANALYTIQUE DU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

<i>(en millions d'euros)</i>	2010	2009
<b>Antenne TF1</b>		
Recettes de publicité	1 549,8	1 429,4
Coût de la régie	(75,9)	(71,7)
<b>RECETTES NETTES DIFFUSEUR</b>	<b>1 473,9</b>	<b>1 357,7</b>
<b>Prélèvements obligatoires</b>		
Auteurs	(58,5)	(54,8)
CNC	(84,2)	(77,6)
Taxe sur la publicité diffusée	(6,1)	(9,3)
<b>Coûts de diffusion</b>		
TDF, Satellites, Circuits	(44,9)	(51,5)
<b>Coût de la grille – hors événements sportifs exceptionnels</b>	<b>(873,6)</b>	<b>(926,9)</b>
<b>Coût de la grille – événements sportifs exceptionnels</b>	<b>(77,6)</b>	-
<b>MARGE BRUTE GRILLE</b>	<b>329,0</b>	<b>237,6</b>
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	1 070,9	933,2
Autres charges d'exploitation	(1 064,5)	(955,6)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(105,0)	(113,9)
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT</b>	<b>230,4</b>	<b>101,3</b>
Autres produits et charges opérationnels	82,8	-
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>313,2</b>	<b>101,3</b>
Coût de l'endettement financier net	(18,2)	(22,3)
Autres produits et charges financiers	(2,5)	36,2
Impôts	(68,9)	(15,3)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	5,7	14,6
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>229,3</b>	<b>114,5</b>
<b>RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ PART DU GROUPE</b>	<b>228,3</b>	<b>114,4</b>
Part des minoritaires	1,0	0,1

#### CHIFFRES CONSOLIDES

<i>(en millions d'euros)</i>	2010	2009	Var. %
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>2 622,4</b>	<b>2 364,7</b>	<b>+ 10,9 %</b>
Publicité Antenne TF1	1 549,8	1 429,4	+ 8,4 %
Autres activités	1 072,6	935,3	+ 14,7 %
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT</b>	<b>230,4</b>	<b>101,3</b>	<b>x 2,3</b>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>313,2</b>	<b>101,3</b>	<b>x 3,1</b>
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>229,3</b>	<b>114,5</b>	<b>x 2,0</b>

#### CHIFFRE D'AFFAIRES

Si l'année 2009 fut une année difficile, marquée par la crise économique, elle fut également ponctuée par de nombreuses initiatives, que le groupe TF1 s'est efforcé de développer et de concrétiser en 2010. Cette année voit donc le redressement de la quasi-totalité des entités du Groupe et la consolidation par intégration globale de deux chaînes de la TNT (TMC et NT1) à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2010.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, pour 2010, s'établit à 2 622,4 millions d'euros, en croissance de 257,7 millions d'euros (+ 10,9 %) par rapport à l'ensemble de l'année 2009. Il intègre 39,7 millions d'euros au titre du chiffre d'affaires des quotes-parts acquises TMC et NT1, intégrées dans les comptes consolidés depuis la prise de contrôle le 1<sup>er</sup> juillet 2010. À périmètre comparable, la croissance du chiffre d'affaires aurait été de + 9,2 %.

Il se décompose en :

- 1 549,8 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une progression de 120,4 millions d'euros (+ 8,4 %), notamment due à l'accroissement des volumes d'investissements publicitaires tout au long de l'année 2010 ;
- 1 072,6 millions d'euros de chiffre d'affaires des diversifications, soit une progression de 137,3 millions d'euros (+ 14,7 %), incluant 33 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 au deuxième trimestre 2010.

Hors revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 et à périmètre comparable, le chiffre d'affaires des diversifications est en progression de 6,9 %, notamment grâce à la croissance organique de TMC et aux bonnes performances de Eurosport International.

Le chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble du groupe TF1 s'établit à 1 793,3 millions d'euros, soit une amélioration de 188,7 millions d'euros (+ 11,8 %). À périmètre comparable, la croissance est de 9,3 % grâce à la forte progression des recettes de l'Antenne, de TMC et des activités Internet.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, au quatrième trimestre 2010, s'établit à 796,4 millions d'euros, en amélioration de 60,2 millions d'euros (+ 8,2 %). À périmètre comparable, la croissance est de + 4,8 %.

Il se décompose en :

- 478,7 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une amélioration de 16,2 millions d'euros (+ 3,5 %). Pour rappel, le chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1 avait déjà affiché, au quatrième trimestre 2009, une croissance de 0,7 % par rapport au quatrième trimestre de l'année 2008 ;
- 317,7 millions d'euros de chiffre d'affaires des diversifications, soit une amélioration de 44,0 millions d'euros (+ 16,1 %). À périmètre comparable, la croissance est de 7,0 %.

La répartition géographique du chiffre d'affaires du Groupe est la suivante : 85,1 % pour la France, 10,4 % pour l'Union européenne hors France et 4,5 % pour les autres pays.

## **COUT DE LA GRILLE**

Le coût de la grille de la chaîne TF1, incluant les événements sportifs exceptionnels tels que la Coupe du Monde de la FIFA 2010, s'élève à 951,2 millions d'euros sur l'ensemble de l'année 2010, contre 926,9 millions d'euros sur l'ensemble de l'année 2009.

Cette augmentation de 24,3 millions d'euros s'explique par :

- 77,6 millions d'euros résultant de la diffusion de 27 matches de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 en juin et en juillet 2010. Pour mémoire, les droits des 27 matches que TF1 a choisi de diffuser sur la période sont valorisés à 70,0 millions d'euros ; les coûts de production s'élèvent à 7,6 millions d'euros ;
- 53,3 millions d'euros d'économies dont :
  - 14,3 millions d'euros s'expliquant par le remplacement de certains programmes par les matches de football aux mois de juin et juillet ;
  - 39,0 millions d'euros d'économies réalisées sur le reste des programmes, témoignant d'un réel travail d'optimisation de la programmation, d'une renégociation des coûts unitaires des programmes, et d'une meilleure utilisation des stocks entraînant la diminution des rebuts et fin de droits.

Hors événements sportifs exceptionnels, le coût de grille de la chaîne TF1 ressort à 873,6 millions d'euros, soit une amélioration de 53,3 millions d'euros. Cette économie s'ajoute aux 51,3 millions d'euros d'économies déjà réalisées en 2009 par rapport à 2008.

La majorité des unités de programmes affichent des économies :

- - 33,2 % pour la jeunesse, du fait de la mise à l'Antenne de programmes moins onéreux ;
- - 18,1 % pour le sport (hors Coupe du Monde de la FIFA 2010), notamment grâce à la renégociation des contrats de la Ligue des Champions et de l'Équipe de France ;
- - 15,0 % pour les films, résultant d'une baisse du nombre de films diffusés ;
- - 2,9 % pour les fictions, téléfilms et séries, résultant d'une optimisation du nombre de cases consacrées à la fiction en 2010.

La mise à l'Antenne, en 2010, d'un plus grand nombre de magazines d'information et d'émissions de divertissement explique la progression des coûts des unités de programmes Information et Divertissement de respectivement 2,6 % et 2,7 %.

Au quatrième trimestre 2010, le coût de la grille de la chaîne TF1 s'élève à 258,1 millions d'euros, contre 262,6 millions d'euros au quatrième trimestre 2009, soit une économie de 4,5 millions d'euros. Pour mémoire, le coût de grille du quatrième trimestre 2009 était déjà en recul de 21,0 millions d'euros par rapport au coût de grille du quatrième trimestre 2008.

## **EFFORTS CONTINUS D'OPTIMISATION**

Sur les 4,5 millions d'euros d'économies réalisées au quatrième trimestre 2010 sur la grille, 3 millions d'euros peuvent être considérés comme récurrents. Ces économies proviennent de la poursuite des renégociations de certains contrats et de l'optimisation de la programmation.

Ainsi, sur l'ensemble de l'année 2010, 19,0 millions d'euros peuvent être considérés comme des économies récurrentes sur le coût de grille.

La renégociation des contrats fournisseurs (hors droits) a généré 4,0 millions d'euros d'économies au quatrième trimestre 2010, et donc 13,0 millions d'économies récurrentes sur l'ensemble de l'année 2010.

Après 32 millions d'euros d'économies en 2008, 74 millions d'euros d'économies en 2009, le groupe TF1 réalise donc 32 millions d'euros d'économies récurrentes supplémentaires au cours de l'année 2010.

## **RESULTAT OPERATIONNEL COURANT**

Le résultat opérationnel courant du groupe TF1 au 31 décembre 2010 s'établit à 230,4 millions d'euros, à comparer à 101,3 millions d'euros en 2009, soit une progression de 129,1 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 8,8 % pour l'année 2010, contre 4,3 % pour l'année 2009.

Au quatrième trimestre, le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 105,5 millions d'euros, contre 68,6 millions d'euros sur la même période de l'année précédente, soit une progression de 36,9 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante du quatrième trimestre 2010 ressort à 13,2 % contre 9,3 % pour la même période un an plus tôt, soit la meilleure performance pour un quatrième trimestre depuis 2006.

## **RESULTAT OPERATIONNEL**

Le 11 juin 2010, le groupe TF1 a pris le contrôle des sociétés TMC, TMC Régie et NT1.

Dans les comptes consolidés au 31 décembre 2010, conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises qui prévoit la revalorisation de la participation détenue antérieurement à la prise de contrôle, l'opération TMC et NT1 se traduit par la comptabilisation en résultat d'un produit net de 95,9 millions d'euros (incluant les coûts d'acquisition).

Par ailleurs, la revalorisation de la participation détenue antérieurement dans SPS, pour 6,1 millions d'euros, comptabilisée au premier trimestre 2010 en résultat courant des Antennes Internationales, a été reclassée au quatrième trimestre en autres produits opérationnels non courants.

Enfin, la dépréciation de *goodwill* sur SPS et sur 1001 Listes a généré des charges opérationnelles non courantes de respectivement 12,2 millions d'euros et 7,0 millions d'euros.

Le résultat opérationnel de l'année 2010 s'établit donc à 313,2 millions d'euros.

## RESULTAT

Le coût de l'endettement financier net passe de - 22,3 millions d'euros en 2009 à - 18,2 millions d'euros en 2010, correspondant essentiellement au coût de portage de l'emprunt obligataire jusqu'au 12 novembre 2010.

Les autres produits et charges financiers sont de - 2,5 millions d'euros à fin 2010, contre 36,2 millions d'euros un an plus tôt, l'écart provenant principalement de la prise en compte de l'actualisation de la juste valeur de l'option de vente des 9,9 % de Canal+ France (pour 39,5 millions d'euros) à fin 2009.

Sur l'année 2010, la charge d'impôt s'élève à 68,9 millions d'euros, en augmentation de 53,6 millions d'euros. Pour mémoire, la variation de juste valeur de l'actif financier Canal+ France en 2009, et la revalorisation des quotes-parts antérieurement détenues, ne sont pas imposables en 2010.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'établit à 5,7 millions d'euros à fin décembre 2010, à comparer à 14,6 millions d'euros un an plus tôt.

Le groupe TF1 a conservé une participation de 33,5 % dans les autres activités de Groupe AB évaluée à 155 millions d'euros et a octroyé une option d'achat exerçable à tout moment jusqu'au 11 juin 2012 inclus pour un prix fixe de 155 millions d'euros.

En application de la norme IAS 27 « États financiers consolidés et individuels », du fait de l'octroi par le groupe TF1 d'une option d'achat exerçable à tout moment, cette participation n'est plus consolidée par mise en équivalence au 1<sup>er</sup> juillet 2010 mais inscrite au bilan en actifs financiers non courants à sa valeur de marché.

Ainsi, le résultat net de l'année 2010 s'élève à 229,3 millions d'euros contre 114,5 millions d'euros un an plus tôt. Pour mémoire, le résultat net de 2009 incluait la revalorisation du *put* Canal+ France à hauteur de 39,5 millions d'euros et celui de 2010 intègre des produits et charges non courants, liés aux principales opérations de l'année (revalorisation et dépréciation de *goodwill*) pour un produit net de 82,8 millions d'euros.

Le résultat net du quatrième trimestre 2010 s'établit à 59,2 millions d'euros (y compris éléments classés en résultat opérationnel non courant, pour une charge nette de 19,2 millions d'euros) contre 63,8 millions au quatrième trimestre 2009 (y compris revalorisation du *put* Canal+ France pour 8,8 millions d'euros).

## STRUCTURE FINANCIERE

À fin décembre 2010, le total des capitaux propres de TF1 s'élève à 1 547,6 millions d'euros pour un total bilan de 3 324,7 millions d'euros.

Dans les comptes consolidés, conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises qui prévoit la revalorisation de la participation détenue antérieurement à la prise de contrôle, l'opération TMC et NT1 se traduit par la comptabilisation au bilan d'un *goodwill* provisoire de 399 millions d'euros.

Au 31 décembre 2010, le groupe TF1 affiche une trésorerie nette de 16,8 millions d'euros, à comparer à une trésorerie nette de 72,8 millions d'euros à fin 2009.

Pour rappel, fin 2009, le groupe TF1 avait encaissé, 744 millions d'euros à la suite de la cession de la participation de 9,9 % détenue dans Canal+ France. En 2010, le Groupe a déboursé 194,9 millions d'euros pour acquérir la participation complémentaire dans les chaînes TMC et NT1.

L'emprunt obligataire de 500 millions d'euros, émis le 12 novembre 2003, est arrivé à échéance le 12 novembre 2010, et a été remboursé à partir de la trésorerie disponible du Groupe.

À fin décembre 2010, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 105,5 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires. Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul. Ce portefeuille de lignes de crédit confirmées est renouvelé régulièrement en fonction des tombées d'échéance des lignes (maturités de 3 à 5 ans selon les lignes) afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

La structure financière du groupe TF1 est donc extrêmement saine.

Le groupe TF1 fait l'objet d'une notation par Standard & Poor's. Le 7 juillet 2010, Standard & Poor's a revu la perspective de TF1 de « stable » à « positive » tout en confirmant la note de crédit du Groupe « BBB / A-2 ».

## ÉMISSION OBLIGATAIRE

Conformément à l'autorisation donnée par les actionnaires lors de l'Assemblée Générale Mixte du 23 avril 2002 (partie ordinaire 9<sup>e</sup> résolution) et à celle donnée par le Conseil d'Administration lors de sa séance du 8 septembre 2003, TF1 a procédé, le 12 novembre 2003, à l'émission sur le marché international d'un emprunt obligataire d'un montant nominal de 500 millions d'euros représenté par 500 000 obligations d'un montant nominal de 1 000 euros chacune, aux conditions suivantes :

<b>Montant de l'émission</b>	<b>500 millions d'euros</b>
Date de règlement	12 novembre 2003

Date de jouissance	12 novembre 2003
Date d'échéance	12 novembre 2010
Prix d'émission	99,381 % du montant nominal total
Intérêts	4,375 % l'an, payables annuellement à terme échu le 12 novembre de chaque année et pour la 1 <sup>ère</sup> fois, le 12 novembre 2004
Amortissement normal	Au pair, en totalité à l'échéance
Amortissement anticipé	Sauf en cas de changement de régime fiscal applicable aux obligations, TF1 s'interdit de procéder pendant toute la durée de l'emprunt, au remboursement anticipé des obligations. TF1 se réserve le droit de procéder à des rachats en Bourse ou hors Bourse. Les obligations ainsi achetées seront annulées.
Nature et forme des obligations	Au porteur, dématérialisées
Rang de créance	Les obligations constituent des engagements directs, non conditionnels, non subordonnés et non assortis de sûretés de TF1, qui viennent et viendront au même rang entre elles et (sous réserve des exceptions impératives du droit français) au même rang que tous les autres engagements non subordonnés et non assortis de sûretés, présents et futurs, de TF1

Le 12 novembre 2010, TF1 a remboursé l'intégralité de son emprunt obligataire.

## CHIFFRE D'AFFAIRES TRIMESTRIEL

	T1		Var	T2		Var	T3		Var	T4		Var
<i>(en millions d'euros)</i>	2010	2009	.10 vs .09	2010	2009	.10 vs .09	2010	2009	.10 vs .09	2010	2009	.10 vs .09
Antennes France	479,7	434,6	+ 10,4 %	562,2	476,7	+ 17,9 %	424,0	374,1	+ 13,3 %	643,7	602,9	+ 6,8 %
Droits Audiovisuels	32,4	33,0	- 1,8 %	27,6	35,9	- 23,1 %	22,3	35,4	- 37,0 %	60,6	46,7	+ 29,8 %
Antennes Internationales	84,0	69,2	+ 21,4 %	97,2	78,1	+ 24,5 %	93,0	87,4	+ 6,4 %	90,2	84,5	+ 6,7 %
Activités diverses	0,8	1,1	- 27,3 %	0,7	1,5	- 53,3 %	2,1	1,5	+ 40,0 %	1,9	2,1	- 9,5 %
<b>TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES</b>	<b>596,9</b>	<b>537,9</b>	<b>+ 11,0 %</b>	<b>687,7</b>	<b>592,2</b>	<b>+ 16,1 %</b>	<b>541,4</b>	<b>498,4</b>	<b>+ 8,6 %</b>	<b>796,4</b>	<b>736,2</b>	<b>+ 8,2 %</b>

## CONTRIBUTIONS AU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE PAR ACTIVITE

<i>(en millions d'euros)</i>	Chiffre d'affaires		Résultat opérationnel courant	
	2010	2009 <sup>(1)</sup>	2010	2009 <sup>(1)</sup>
<b>Antennes France</b>	<b>2 109,6</b>	<b>1 888,3</b>	<b>201,3</b>	<b>88,9</b>
TF1 SA <sup>(2)</sup>	1 561,3	1 443,9	143,3	44,0
Téléshopping	101,9	99,0	3,9	5,1
Chaînes thématiques France <sup>(3)</sup>	252,5	194,3	27,5	15,1
TF1 Entreprises	43,8	39,1	2,4	(1,6)
Production <sup>(4)</sup>	16,7	22,1	(1,9)	1,8
e-TF1	78,2	72,8	2,5	(3,4)
Divers <sup>(5)</sup>	55,2	17,1	23,6	27,9
<b>Droits Audiovisuels</b>	<b>142,9</b>	<b>151,0</b>	<b>(5,2)</b>	<b>(22,5)</b>
Catalogue <sup>(6)</sup>	54,1	57,6	4,3	(9,4)
TF1 Vidéo <sup>(7)</sup>	88,8	93,4	(9,5)	(13,1)
<b>Antennes Internationales</b>	<b>364,4</b>	<b>319,2</b>	<b>59,9</b>	<b>44,3</b>
Eurosport International	364,4	319,2	59,9	42,3
France 24 <sup>(8)</sup>	-	-	-	2,0
<b>Activités Diverses<sup>(9)</sup></b>	<b>5,5</b>	<b>6,2</b>	<b>(25,6)</b>	<b>(9,4)</b>
SPS	1,6	-	(23,6)	(3,0)
1001 Listes	3,9	4,7	(2,0)	(1,1)
Top Ticket.s	-	1,5	-	(5,3)
<b>TOTAL ACTIVITÉS POURSUIVIES</b>	<b>2 622,4</b>	<b>2 364,7</b>	<b>230,4</b>	<b>101,3</b>

(1) Dans les comptes publiés en 2009, 1001 Listes était incluse dans Téléshopping et SPS dans Antennes Internationales. Ces deux activités ont été reclassées en Activités Diverses en 2010.

Les données 2009 ci-dessus ont été retraitées et sont donc comparables avec 2010.

(2) Dont SNC Aphélie.

(3) Dont Eurosport France, LCI, TV Breizh, TMC, NT1, TF6, Série Club, Stylia, Histoire, Ushuaïa TV, TF1 Digital et TF1 Thématiques.

(4) Entités de production télévisuelle et cinématographique.

(5) Dont principalement TF1 Publicité, TF1 Expansion et TF1 DS qui porte la revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

(6) Dont principalement TF1 Droits Audiovisuels, TF1 International, UGC Distribution, Telema et TCM.

(7) Y compris CIC.

(8) Les parts détenues par le Groupe dans France 24 ont été cédées à la société Audiovisuel Extérieur de la France – AEF – le 12 février 2009.

(9) SPS, 1001 Listes (cette société a été cédée le 4 février 2011) et Top Ticket.s (Pilipili – cette société a été cédée le 17 novembre 2009).

## ANTENNES FRANCE

Le pôle Antennes France génère un chiffre d'affaires de 2 109,6 millions d'euros, en croissance de 11,7 % (+ 7,9 % à périmètre comparable et hors revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010) et un résultat opérationnel courant de 201,3 millions d'euros en 2010, soit une hausse de 112,4 millions d'euros par rapport à 2009. Le taux de marge opérationnelle courante s'établit en 2010 à 9,5 % contre 4,7 % sur la même période 2009.

### ANTENNE TF1

En 2010, la reprise du marché publicitaire permet à la chaîne TF1 de réaliser un chiffre d'affaires de 1 561,3 millions d'euros, en croissance de 117,4 millions d'euros, et un résultat opérationnel courant de 143,3 millions d'euros, en hausse de 99,3 millions d'euros qui intègre le coût de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 pour 77,6 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle de la chaîne s'établit à 9,2 %, soit une progression de 6,2 points en un an.

Le chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne est en hausse de 8,4 % à 1 549,8 millions d'euros.

Au quatrième trimestre, la chaîne réalise un chiffre d'affaires de 480,8 millions d'euros, en croissance de 2,1 %. Le résultat opérationnel courant de la chaîne atteint 87,2 millions d'euros, soit une augmentation de 44,5 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle est de 18,1 % au quatrième trimestre 2010.

## La chaîne TF1<sup>(1)</sup>

### Un marché toujours en mutation

---

L'année 2010 est marquée par une durée d'écoute de la télévision en hausse :

- à 3h32, soit 7 minutes en plus en un an, pour les Individus âgés de 4 ans et plus et ;
- à 3h42, soit 8 minutes en plus en un an, pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Sur un marché où 98 % des Français reçoivent 19 chaînes ou plus, soit une progression de 11 % en un an, TF1 réalise 97 des 100 meilleures audiences de la télévision contre 96 des 100 en 2009 et obtient les 63 meilleurs résultats. Elle confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social, seule chaîne à fédérer plus de 9 millions de téléspectateurs, et ce, 32 fois (*versus* 23 en 2009) et plus de 10 millions autour de 10 programmes (5 en 2009).

Le groupe TF1 s'est engagé depuis 2008 dans le grand projet de l'arrêt de l'analogique et du passage au numérique, en collaboration étroite avec les instances gouvernementales concernées et le GIP France Télé Numérique ; ce Groupement d'Intérêt Public a été créé afin de mettre en œuvre les mesures d'accompagnement propres à permettre l'extinction de la diffusion analogique et la continuité de réception des chaînes analogiques dans le cadre des orientations définies par le Premier ministre et des décisions du CSA. À ce titre, il informe les téléspectateurs et les assiste techniquement et financièrement.

Il est composé de l'État, France Télévisions, Arte France, TF1, M6 et Canal+ ; TF1 participe à hauteur de 10 % au budget du GIP. Par ailleurs, le groupe TF1 s'est largement mobilisé autour de ce projet, avec notamment une équipe dédiée qui suit au plus près les travaux techniques liés à la TNT et les avancées du GIP.

### La chaîne TF1 confirme son leadership

---

Sur l'ensemble de l'année, la chaîne TF1 réalise une part d'audience de 24,5 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, soit une baisse de 6 % sur un an, et une part d'audience de 28,1 % sur la cible commerciale des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats dans un contexte de concurrence accrue. En effet, la part d'audience globale des chaînes de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) gratuite affiche une progression de respectivement 30 % et 27 % sur ces deux cibles en 2010.

Par ailleurs, TF1 dispose d'une position unique en Europe, obtenant la plus forte part d'audience sur son marché et le plus grand écart avec son premier concurrent.

La modification structurelle du marché de la télévision, *via* l'arrêt de la publicité après 20h sur les chaînes de France Télévisions, l'augmentation du nombre d'acteurs et le passage de la diffusion hertzienne analogique à numérique qui élargit l'offre de télévision gratuite auprès des foyers français, a conduit TF1 à adapter sa stratégie de positionnement.

Tout d'abord, TF1 s'attache à être performante plus particulièrement entre 19h et 1h du matin, heures à fort potentiel d'audience et, en conséquence, de monétisation. TF1 affiche sur cette tranche horaire une part d'audience plus importante que sur l'ensemble de la journée (27,3 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus) et une avance plus importante sur son challenger (+ 12,2 points contre + 8,4 points sur l'ensemble de la journée). Le constat est amplifié sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, avec une part d'audience de 31,8 % et un écart de + 13,2 points avec le principal concurrent de la chaîne TF1.

Enfin, l'innovation permet à la chaîne de renouveler ses marques fortes et de renforcer ses rendez-vous réguliers. La politique éditoriale adoptée par TF1, qui s'appuie sur une offre fédératrice et événementielle a permis à la chaîne de se classer numéro 1 dans tous les genres de programmes qu'elle propose. Elle maintient également en 2010 un écart élevé avec son premier concurrent sur la cible publicitaire principale.

### L'audience du *prime time* est en hausse

---

En 2010, TF1 est la seule grande chaîne dont l'audience augmente. En *prime time*, la chaîne rassemble en moyenne 6,3 millions de téléspectateurs, soit une progression de 100 000 spectateurs. TF1 devance ainsi de 2,7 millions de téléspectateurs son challenger, France 2, contre 2,5 millions en 2009. Elle affiche une belle résistance dans un contexte concurrentiel plus difficile.

Sur la durée des *prime time* de TF1, la chaîne est leader à 91 % contre 93 % en 2009.

---

<sup>(1)</sup> Source : Médiamétrie – Leadership sur la durée des *prime time* de TF1. Données eStat, streaming TV.

## **La chaîne TF1 reste largement leader sur les programmes sportifs**

---

TF1 réalise la meilleure audience de l'année lors de la diffusion du match de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 France-Mexique en rassemblant 15,2 millions de téléspectateurs. Un paragraphe spécifique sur la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 est disponible en page 96 du présent document.

La saison de la Ligue des Champions a rassemblé en moyenne 6,7 millions de téléspectateurs et le match de qualification à l'Euro 2012, France-Luxembourg, a réuni 9,4 millions de téléspectateurs.

## **La qualité de l'information TF1 est récompensée**

---

L'information du Groupe affirme son leadership au quotidien et confirme une capacité unique à rassembler très largement tous les Français autour de l'information, avec des dispositifs exceptionnels lorsque l'actualité l'exige.

Les éditions de 13h et 20h ont réalisé des records à 8,2 millions de téléspectateurs pour *le Journal de 13h* (9 janvier) et à 10,4 millions de téléspectateurs pour *le Journal de 20h* (11 mai).

À noter également :

- l'excellente performance de l'émission *Paroles de Français* diffusée en *prime time* avec 8,6 millions de téléspectateurs ;
- le record d'audience de *Reportages* avec 6,1 millions de téléspectateurs ;
- le record de *Sept à Huit* avec 6,9 millions de téléspectateurs ;
- ou encore les performances du nouveau magazine de deuxième partie de soirée présenté par Harry Roselmack (1,6 million de téléspectateurs pour *Harry Roselmack avec les SDF*).

## **Le divertissement et la variété de TF1 se renouvellent**

---

Autour de grands événements en direct, de variétés, de jeux ou de magazines, les programmes de TF1 ont rassemblé le plus grand nombre. La chaîne récolte les 19 des 20 meilleures audiences dans ce domaine. Notons plus particulièrement :

- en *prime time* :
  - *Les Enfoirés, la Crise de Nerfs* avec 11,6 millions de téléspectateurs et *La dernière de Gad Elmaleh* en direct avec 6,8 millions de téléspectateurs ;
  - *Koh Lanta*, qui a réuni jusqu'à 8,3 millions de téléspectateurs ;
  - *MasterChef*, le nouveau programme de TF1, qui a rassemblé jusqu'à 5,9 millions de téléspectateurs. Le programme attire notamment les cibles publicitaires avec en moyenne 32 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats ;
- en *access* :
  - *Le Juste Prix* avec 5,1 millions de téléspectateurs en moyenne, et un record à 6,3 millions de téléspectateurs ;
  - *La Roue de la Fortune* et *Une famille en Or*, avec 3,9 millions de téléspectateurs en moyenne pour chacun ;
- en seconde partie de soirée :
  - *Secret Story 4*, l'émission de télé-réalité, a rassemblé 2,9 millions de téléspectateurs tout en étant particulièrement performante sur les jeunes (53 % de part d'audience sur les 15-24 ans). 179 millions de vidéos ont été vues sur Internet, confirmant la stratégie de rebond entre Antenne et Internet ;
  - *Opération Tambacounda*, un nouveau format, qui rassemble 2,3 millions de téléspectateurs.

## **Les 5 meilleures séries américaines sont sur TF1**

---

*Mentalist* s'est installée à la première place du palmarès avec 8,6 millions de téléspectateurs pour les deux saisons inédites et un record à 10,0 millions de téléspectateurs. *Esprits Criminels* a, quant à elle, rassemblé 7,7 millions de téléspectateurs en moyenne avec un record à 8,5 millions de téléspectateurs. *Dr House* a réalisé des audiences très élevées avec un record à 9,1 millions de téléspectateurs. *Les Experts* et *Les Experts Miami* affichent des records respectifs à 8,3 millions et 8,2 millions de téléspectateurs sur cette période.

## **La fiction TF1 conquiert tous les Français et progresse en audience**

---

Ces programmes permettent à TF1 de réaliser les 20 meilleures audiences en *prime time* de l'année dans cette catégorie.

Parmi ces succès, notons ceux de l'offre comédie du lundi soir, avec des fictions unitaires telles que *Clem* (9,4 millions de téléspectateurs et 2,8 millions de vidéos vues sur TF1.fr) ou *Au bas de l'Échelle* (7,9 millions de téléspectateurs), ou bien avec des marques telles que *Joséphine, Ange Gardien* (8,5 millions de téléspectateurs pour le 50<sup>e</sup> épisode), *Une Famille Formidable* (jusqu'à 8,4 millions de téléspectateurs) ou *Camping Paradis* (un record à 7,9 millions de téléspectateurs).

Les fictions policières sont également performantes le jeudi, avec notamment, *Julie Lescaut* (7,5 millions de téléspectateurs), la saison 2 de *Profilage* (jusqu'à 7,1 millions de téléspectateurs), ou *Section de Recherches* (7,4 millions de téléspectateurs).

## **Le cinéma garde tout son pouvoir d'attractivité sur TF1**

---

La chaîne obtient 19 des 20 meilleures audiences en *prime time* au cours de 2010, avec notamment un record d'audience pour *Bienvenue chez les Ch'tis* à 14,4 millions de téléspectateurs, *Astérix aux Jeux Olympiques* (10,1 millions de téléspectateurs), *Ratatouille* (8,6 millions de téléspectateurs) et de beaux résultats pour *Benjamin Gates et le Trésor des Templiers* (7,0 millions de téléspectateurs) ou *Enfin Veuve !* (6,9 millions de téléspectateurs).

Ainsi, TF1 confirme son statut de grande chaîne populaire et familiale française avec pour ambition d'informer, de rassembler, d'émouvoir et de divertir le plus grand nombre.

## **Coupe du Monde de la FIFA 2010<sup>(1)</sup>**

2010 a été marquée par la Coupe du Monde de la FIFA 2010, événement majeur pour le groupe TF1. Tout au long de cette compétition, le Groupe a réalisé de réelles performances et de nombreux records sur ses différents canaux.

Sur TF1, la chaîne a rassemblé en moyenne sur l'ensemble des 27 matches, 7,1 millions de téléspectateurs pour 40 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus, 33 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et, pour les matches diffusés en *prime time*, 8,9 millions de téléspectateurs pour 39 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. TF1 réalise le record d'audience de l'année 2010, le 17 juin, pour le match France - Mexique, avec 15,2 millions de téléspectateurs et une part d'audience de 56 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 51 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Il s'agit également de la 15<sup>e</sup> meilleure audience pour un match de football, depuis la création du Médiamat en 1989.

La finale Pays-Bas - Espagne, avec 14,1 millions de téléspectateurs, représente la meilleure audience pour un match de football sans équipe française, depuis la création du Médiamat.

Pendant la période de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, *le Journal de 20h* atteint une moyenne de 6,2 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 33 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, et notamment, le 11 mai, il réalise 10,4 millions de téléspectateurs pour 41 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus lors de l'annonce des joueurs de l'Équipe de France sélectionnés.

TF1 a conclu un partenariat avec différents opérateurs pour une première mondiale : permettre aux abonnés de suivre en exclusivité et en direct 5 rencontres de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 en 3D sur un canal créé pour l'occasion, TF1 3D. Cette nouveauté a provoqué un véritable intérêt auprès des opérateurs, permettant au Groupe de prouver sa réelle capacité d'innovation technologique.

Sur le Web, le site officiel de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, déployé conjointement par TF1 et Eurosport, enregistre 31 millions de visites et plus de 10 millions de vidéos vues. L'offre vidéo a donc été très largement plébiscitée par les internautes, notamment les résumés de matches. La diffusion des 27 matches et le *player* innovant développé par WAT pour l'occasion, qui permettait de contrôler le direct, ont rencontré un succès sans précédent avec plus de 150 000 connexions en *live* enregistrées par match, pour atteindre un record lors de la rencontre France-Afrique du Sud avec plus de 750 000 connexions *live*, et un pic de 250 000 connexions simultanées. De plus, l'application iPhone Coupe du Monde FIFA 2010, développée pour l'occasion, a été téléchargée plus de 250 000 fois et a enregistré 2,7 millions de visites. La stratégie 360 déployée autour de l'événement a été un réel succès.

---

<sup>(1)</sup> Source : Médiamétrie

## Régie publicitaire<sup>(2)</sup>

Les investissements publicitaires plurimédias (hors Internet), en 2010, sont en hausse de 10,0 %.

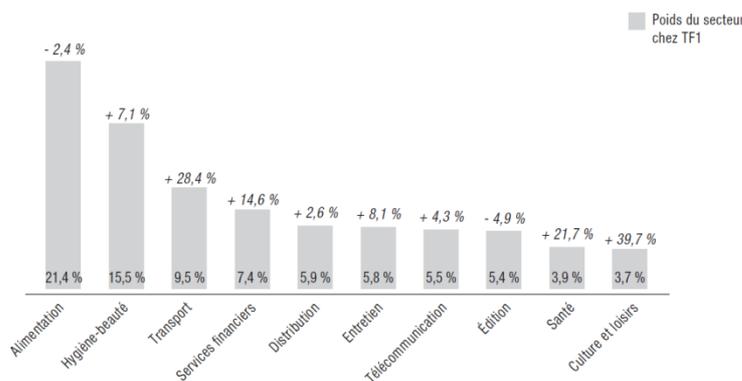
La télévision (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite), est depuis le premier trimestre 2010 le premier média investi, avec une part de marché de 36,2 % et des recettes brutes de 8,1 milliards d'euros sur l'année 2010, affichant une croissance de 15,2 %, principalement du fait du regain des investissements sur les télévisions nationales (+ 9,4 % soit + 464,4 millions d'euros à 5,4 milliards) et de la hausse des investissements sur la TNT gratuite (+ 40,0 % soit + 535,0 millions d'euros à 1,9 milliard d'euros).

La presse devient le second média investi en France, avec des recettes brutes de 7,4 milliards d'euros, en hausse de 7,4 % (soit + 509,5 millions d'euros) en 2010.

Dans ce contexte positif et après une année 2009 perturbée, la chaîne TF1 enregistre une hausse de ses recettes publicitaires brutes de 7,8 % sur l'année 2010, par rapport à 2009. La part de marché publicitaire de TF1 parmi l'ensemble des chaînes gratuites et payantes s'établit à 40,3 %, en baisse de 2,7 points par rapport à l'année précédente.

La quasi-totalité des secteurs est en croissance sur l'année à l'exception du secteur de l'alimentation qui décroît de 2,4 % sur l'année 2010, du fait d'une base de comparaison peu favorable, le secteur ayant connu une croissance de ses recettes brutes de 10,3 % au cours de l'année 2009. Le secteur de l'édition, en restructuration, a été touché tout au long de l'année. Le secteur du transport a enregistré une croissance de ses recettes brutes de 28,4 % portée, entre autres, par le Mondial de l'Automobile en octobre 2010. Les secteurs hygiène-beauté et services financiers affichent respectivement une croissance de 7,1 % et 14,6 % sur l'année 2010.

### POIDS DES INVESTISSEMENTS BRUTS DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE BRUT DE TF1 ET ÉVOLUTION 2009-2010



Source : Kantar Média.

L'intérêt soutenu des annonceurs pour la chaîne TF1, tout au long de l'année, a permis une croissance des volumes, la base de comparaison devenant de plus en plus difficile à partir du deuxième semestre.

Après une année 2009 où la stratégie commerciale de la régie publicitaire était fondée sur une reprise des volumes, à la suite d'une crise sans précédent, la régie s'est attachée en 2010 à reprendre de la valeur. Afin de poursuivre cet objectif, différents moyens ont été mis en place :

- TF1 a poursuivi sa stratégie de segmentation initiée en 2009, permettant une hausse des tarifs sur les zones à fort potentiel de monétisation, principalement sur la tranche horaire 19h-25h et notamment grâce à la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 au cours des deuxième et troisième trimestres ;
- TF1 a développé et mis à disposition des annonceurs l'outil MediaWay (TNS World Panel) qui mesure en permanence l'efficacité des campagnes télévisées sur les ventes et qui positionne TF1 comme le support publicitaire le plus efficace ;
- TF1 a mis en place de nouvelles conditions commerciales, avec par exemple les écrans *First* qui correspondent à une offre d'écrans contextuels à forte valeur ajoutée.

Grâce à ces différents outils, les revenus publicitaires nets 2010 ressortent en croissance de 8,4 % à 1 549,8 millions d'euros avec un premier trimestre en hausse de 13,0 % à 362,8 millions d'euros, un deuxième trimestre qui croît de 9,9 % à 401,8 millions d'euros, un troisième trimestre en progression de 9,3 % à 306,5 millions d'euros et enfin un quatrième trimestre affichant une croissance de 3,5 % à 478,7 millions d'euros.

<sup>(2)</sup> Source : Kantar Media Intelligence.

## TELESHOPPING<sup>(1)</sup>

Après une année 2009 en repli, l'ensemble du commerce de détail affiche une croissance de 2,2 % en 2010 par rapport à l'année précédente. Dans ce contexte, le marché de la vente à distance affiche une légère croissance de 1,2 % sur la même période. Les secteurs les plus en hausse sont le matériel de sport et d'automobile à + 15,3 %, les produits d'hygiène-beauté et santé à + 9,2 % et les articles de cuisine à + 8,8 %. Certaines catégories restent encore touchées comme les bijoux à - 8,4 % et l'habillement à - 5,7 %.

En 2010, les ventes sur Internet ont progressé de 24 % à 31 milliards d'euros, contre 25 milliards en 2009. Cette progression confirme le dynamisme du commerce sur Internet en France. Au cours de l'année, les sites ont enregistré plus de 340 millions de transactions, soit 60 millions de plus qu'en 2009.

Au total, on compte 27,3 millions d'acheteurs en ligne soit 3 millions de cyberacheteurs supplémentaires en un an. Le nombre de cyberacheteurs continue de progresser plus vite (+ 12 %) que le nombre d'internautes (+ 9 %), sur la période.

Au cours des douze derniers mois, le nombre de sites marchands recensés a établi un nouveau record avec 81 900 sites marchands actifs, soit une augmentation de 28 % par rapport à 2009 et un total de 17 800 nouveaux sites sur l'année 2010.

Dans cet environnement de reprise, l'activité du pôle Téléshopping a enregistré une croissance de son chiffre d'affaires de 2,9 % sur l'année 2010 à 101,9 millions d'euros. Si l'enseigne traditionnelle Téléshopping connaît une légère baisse de son chiffre d'affaires, celle-ci a été compensée par les bons résultats des activités *Infomercials* et du site de commerce en ligne Place des Tendances.

Au 31 décembre 2010, le chiffre d'affaires de Téléshopping n'intègre plus l'activité 1 001 Listes, reclassée en Activités Diverses. Pour mémoire, le chiffre d'affaires réalisé par 1001 Listes en 2009 s'élevait à 4,7 millions d'euros.

La performance de l'activité *Infomercials* a été soutenue par de nouveaux contrats de diffusion avec les chaînes de la TNT et du câble-satellite (notamment Direct 8, RTL9, NT1, AB3 et AB4).

Le site [placedestendances.com](http://placedestendances.com) affiche une forte croissance de son chiffre d'affaires, grâce à l'amélioration du nombre de clients et de commandes.

0,7 million de visiteurs uniques ont fréquenté le site Place des Tendances en moyenne par mois au cours de l'année 2010.

Au 31 décembre 2010, le résultat opérationnel courant du pôle Téléshopping s'élève à 3,9 millions d'euros en baisse de 1,2 million d'euros. Malgré une optimisation de la structure de coûts, cette dégradation provient principalement de la baisse des revenus liée à l'enseigne principale.

Le résultat opérationnel courant de Téléshopping n'intègre plus l'activité 1001 Listes, reclassée en Activités Diverses. Pour mémoire, 1 001 Listes enregistrait une perte de 1,1 million d'euros en 2009.

## CHAINES THEMATIQUES<sup>(2)</sup>

À fin décembre 2010, 98 % des Français reçoivent au moins 19 chaînes, ce qui représente une évolution sur un an de + 11 % (versus 88 % à fin décembre 2009). Sur deux ans, cette évolution est de 26 %. Les audiences des chaînes de la Télévision Numérique Terrestre gratuite réalisent une part d'audience totale en 2010 de 19,7 % contre 15,2 % un an plus tôt et 11,1 % en 2008.

29 % des Français sont abonnés au câble, à l'ADSL ou au satellite à fin décembre 2010, ce qui est stable par rapport à 2009 et 2008. La part d'audience des autres chaînes de télévision est, en 2010, de 12,2 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus contre 12,7 % en 2009.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'élève à 252,5 millions d'euros en 2010, soit une progression de 30,0 %, notamment du fait de la consolidation de TMC et NT1 à 100 % à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2010. À périmètre comparable, la croissance de chiffre d'affaires des chaînes thématiques aurait été de 9,5 %.

Les recettes d'abonnement des chaînes payantes affichent une hausse de 6,2 %. Les recettes publicitaires affichent une progression de 64,4 % (+ 14,2 % à périmètre comparable) ; les excellents résultats de TMC, NT1 ou TV Breizh permettent notamment de compenser le retrait de la publicité sur les autres chaînes du pôle, les chaînes du câble-satellite étant en concurrence directe avec celles de la Télévision Numérique Terrestre gratuite.

Le résultat opérationnel courant du pôle est de 27,5 millions d'euros, soit une hausse de 82,1 %, liée notamment aux effets de la réorganisation du pôle Information sur LCI, à une gestion rigoureuse des chaînes du pôle Découverte (Ushuaïa TV, Histoire et Stylia) et aux performances de TMC, NT1 et TV Breizh.

---

<sup>(1)</sup> Source : FEVAD (Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance).

<sup>(2)</sup> Source : Médiamat / MédiaCabSat / MédiamatThématique. Les initialisés correspondent aux personnes recevant la chaîne ou une offre de chaînes. Tranche horaire prime time : 20h45-22h30.

À la suite de l'acquisition de TMC et de NT1 et conformément aux normes comptables en vigueur, les quotes-parts antérieurement détenues ont été réévaluées, sur la base d'une juste valeur des sociétés, telle que constatée au 30 septembre 2010 et estimée par un expert indépendant. Cette réévaluation a généré un produit, comptabilisé en autres produits opérationnels non courants.

Chaînes payantes	Nombre de foyers recevant la chaîne au 31 décembre 2010 (en millions) <sup>(2)</sup>	Nombre de foyers recevant la chaîne au 31 décembre 2009 (en millions) <sup>(2)</sup>	Variation	Part d'Audience 2010 <sup>(1)</sup>
Eurosport France	7,6	7,5	+ 1,3 %	0,9 %
TV Breizh	5,6	5,6	-	1,2 %
LCI	7,3	7,2	+ 1,4 %	0,6 %
Ushuaïa TV	2,6	2,3	+ 13,0 %	0,1 %
Histoire	4,2	4,3	- 2,3 %	0,2 %
Stylia	3,1	2,8	+ 10,7 %	< 0,1 %
Série Club	4,5	4,7	- 4,3 %	0,5 %
TF6	5,9	5,9	-	0,6 %

(1) Source : Médiamat et MédiamatThématic Vague 19 – Offre élargie, Base initialisée – Individus âgés de 4 ans et plus.

(2) Source : déclarations des opérateurs.

## TMC

Au mois de décembre 2010, TMC réalise 3,2 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Elle obtient 3,8 % de part d'audience sur la cible publicitaire des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

En moyenne, sur 2010, TMC réalise des parts d'audience sur ces mêmes cibles de respectivement 3,3 % (soit + 0,7 point par rapport à la même période en 2009) et 3,6 % (soit + 0,8 point par rapport à la même période en 2009). TMC affiche une progression continue des audiences de la chaîne notamment sur les cibles publicitaires. Ces succès permettent à la chaîne généraliste d'être la chaîne leader de la TNT pour la quatrième année consécutive et de devenir la cinquième chaîne nationale en France.

TMC développe son image de chaîne nationale généraliste, divertissante et familiale grâce à un nouvel habillage, un nouveau logo et au renforcement de sa grille de programmes.

Cinquième chaîne nationale, TMC propose des rendez-vous bien identifiés par le public, notamment en *prime time* avec *90' Enquêtes*, *New York Police Judiciaire* ou de grandes soirées cinéma. En moyenne, TMC fédère 800 000 téléspectateurs en *prime time*, en nette hausse sur un an (+ 200 000 téléspectateurs). De plus, TMC a rassemblé plus de 1 million de téléspectateurs à 64 reprises en 2010 (contre 9 en 2009).

Le record d'audience en 2010 pour TMC s'établit à 1,7 million de téléspectateurs lors de la diffusion de *L'Age de Glace 2*.

Il convient de rappeler (cf. chapitre 4, note 3.1.1, page 132 du présent document de référence et rapport financier annuel) que le 11 juin 2010, Groupe AB et TF1 ont finalisé l'opération de rachat de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de la chaîne TMC détenus par Groupe AB. La consolidation de TMC et NT1 par intégration globale est effective depuis le 1<sup>er</sup> juillet.

Par ailleurs, l'Autorité de la concurrence et le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) ont rendu leur décision, respectivement le 26 janvier et le 23 mars, autorisant la prise de contrôle de TMC et de NT1 par TF1, sous réserve d'engagements comportementaux et d'engagements visant à garantir le pluralisme et la diversité de l'offre des programmes<sup>(1)</sup>.

Il est à noter que les décisions de l'Autorité de la concurrence et du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel ont fait l'objet de recours en référé et au fond devant le Conseil d'État par la société Métropole Télévision (groupe M6). Le Conseil d'État a rejeté les recours en référé par décisions en date du 22 avril 2010 et les recours au fond par décisions en date du 30 décembre 2010.

Ces décisions valident définitivement le rachat de TMC et de NT1 par le groupe TF1. Les mandataires poursuivent leur mission. À cet égard, TF1 a mis en place, depuis le 26 janvier 2010, les formations et procédures nécessaires à la bonne exécution de l'ensemble des engagements souscrits devant l'Autorité de la concurrence.

<sup>(1)</sup> Les engagements pris par TF1 sont détaillés en page 77 du présent document de référence et rapport financier annuel.

## **NT1**

Au mois de décembre 2010, NT1 réalise 1,5 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Elle obtient 1,7 % de part d'audience sur la cible publicitaire des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et 2,0 % sur la cible des 25-49 ans.

NT1 affiche une part d'audience sur 2010 de 1,6 % sur les Individus et sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, en progression sur un an (respectivement + 0,2 point et + 0,1 point), et plus encore depuis septembre 2010 grâce à l'installation d'une nouvelle grille des programmes. NT1 a d'ailleurs réalisé des parts d'audience record en novembre 2010 (1,9 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et 2,4 % sur les 15-34 ans).

NT1 est la douzième chaîne en 2010 (en parts d'audience - Individus 4 ans et plus).

La chaîne a dépassé 800 000 téléspectateurs à 17 reprises en 2010 (contre 3 en 2009), dont 3 à plus de 1 million de téléspectateurs.

NT1 est une chaîne généraliste particulièrement dédiée aux 15-49 ans, avec une offre variée de magazines, de séries inédites américaines, de cinéma, de documentaires autour de l'aventure ainsi que de sport.

NT1<sup>(2)</sup> est intégrée dans le groupe TF1 depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2010.

## **Eurosport France**

L'évolution du nombre d'abonnés payants est stable à 7,6 millions, au 31 décembre 2010 par rapport au 31 décembre 2009. La croissance des abonnés en Belgique francophone compense un léger retrait d'abonnés en France. Les recettes d'abonnement sont en hausse sur la période. Le succès de la Haute Définition démontre, par ailleurs, la capacité d'Eurosport France à fidéliser ses téléspectateurs et sa maîtrise des avancées technologiques.

L'audience de la chaîne est en baisse à 23 000 téléspectateurs au quart d'heure moyen contre 29 000 en 2009. Plusieurs facteurs sont en cause, notamment :

- la chaîne subit un contexte sportif globalement moins favorable après une année 2009 record pour chacune des grandes disciplines historiques ;
- une concurrence grandissante des autres chaînes de télévision sur le marché français.

Dans ce contexte, les revenus publicitaires de la chaîne sont en léger retrait sur 2010.

Les recettes publicitaires sur Internet sont en hausse ; le site a attiré 3,5 millions de visiteurs uniques au mois de décembre 2010, soit une progression de 59 % sur un an. La version française est le deuxième site sportif en France. Cette progression s'explique par un calendrier plus favorable en termes d'événements sportifs, et l'attrait des partenariats mis en place avec les portails Free (AliceADSL) et La Poste.

En matière de droits, Eurosport France a renouvelé son contrat portant sur les droits de la Ligue 2 et de la Coupe de France de football.

Le résultat opérationnel courant est en baisse sur 2010, du fait d'un coût de grille en légère hausse du fait de la diffusion des Jeux Olympiques de Vancouver et de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Cette hausse des coûts de programme est toutefois partiellement compensée par la poursuite de la gestion rigoureuse engagée en 2009.

## **LCI**

Dans la continuité de la réorganisation du Pôle Information du Groupe, initiée en 2008, La Chaîne Info est passée sur l'outil PNS2 (*Process News and Sports 2*).

Elle a notamment renforcé ses programmes d'information et lancé de nouvelles émissions afin d'installer une nouvelle grille plus attractive pour faire face à la concurrence des chaînes gratuites disponibles sur la TNT. Au 31 décembre 2010, la chaîne est reçue par 7,3 millions de foyers (versus 7,2 millions à fin décembre 2009). Sur 2010, LCI réalise une part d'audience de 0,6 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus (contre 0,8 % en 2009).

LCI affiche un recul de ses recettes publicitaires compensé partiellement par une amélioration des revenus liés aux abonnements. Malgré les économies réalisées sur les coûts de fonctionnement depuis le début de l'année 2010, le résultat opérationnel courant est en baisse.

---

<sup>(2)</sup> Cf. paragraphe TMC pour la chronologie de l'acquisition de la chaîne.

## TV Breizh

Première chaîne mini-généraliste payante sur les Individus âgés de 4 ans et plus et sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (toutes chaînes confondues sur l'offre payante), TV Breizh connaît des résultats positifs en termes de recettes publicitaires et d'abonnements.

La chaîne enregistre d'excellentes audiences grâce à une programmation qui fidélise ses cibles publicitaires dans la majorité des genres :

- les films (*Dans la Ligne de Mire, US Marshal, Les Visiteurs 2, Ma Sorcière bien aimée...*) ;
- les séries américaines premium comme *Preuve à l'appui* ou *New York, Cour de Justice* ;
- les séries américaines fortement identifiées comme *Arabesque, Columbo, Monk* ;
- et les fictions françaises.

TV Breizh est une marque forte ; elle a fêté ses 10 ans en 2010. Avec 8,3 millions de téléspectateurs chaque mois, elle offre une promesse claire de détente positive et familiale.

Au 31 décembre 2010, la chaîne est reçue par 5,6 millions de foyers (stable par rapport à fin décembre 2009). Sur 2010, elle réalise une part d'audience de 1,2 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus.

## Pôle Découverte

Les chaînes du Pôle Découverte, dans un contexte concurrentiel difficile, ont poursuivi leurs efforts pour renforcer leur positionnement éditorial de véritables chaînes d'affinités.

**Histoire**, en 2010, a continué de développer sa politique dynamique et créative autour du débat et des commémorations d'événements historiques.

Au 31 décembre 2010, la chaîne est reçue par 4,2 millions de foyers (versus 4,3 millions à fin décembre 2009). Sur 2010, elle réalise une part d'audience de 0,2 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus (contre 0,2 % en 2009).

Le 2 octobre, la chaîne Odyssée devient **Stylía**, une toute nouvelle chaîne dédiée à l'art de vivre, au luxe et aux tendances. Cette nouvelle chaîne a pour vocation de devenir une chaîne urbaine et « branchée » davantage dédiée aux femmes. La chaîne a revu sa politique de coproduction et d'achat de programmes inédits et exclusifs qui lui permettent de proposer 90 % de nouveautés. Désormais, la grille s'articule autour de sept thématiques : styles & tendances, arts & design, gastronomie, excellence (le savoir-faire du luxe à la française), première classe avec la mise en avant des hôtels de rêve, personnalités et styles de vie.

Stylía est une chaîne payante, distribuée sur le satellite, le câble et l'ADSL. La chaîne est diffusée en *catch-up* sur de nouvelles plateformes.

Au 31 décembre 2010, la chaîne est reçue par 3,1 millions de foyers (versus 2,8 millions à fin décembre 2009). Sur 2010, elle réalise une part d'audience inférieure à 0,1 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus (contre une part d'audience inférieure à 0,1 % en 2009).

**Ushuaïa TV**, chaîne du développement durable, a continué de proposer des magazines et des émissions spéciales consacrées à la protection de la planète, ainsi que des documentaires inédits en HD.

Au 31 décembre 2010, la chaîne est reçue par 2,6 millions de foyers (versus 2,3 millions à fin décembre 2009). Sur 2010, elle réalise une part d'audience de 0,1 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus (contre 0,1 % en 2009).

## TF6

Au 31 décembre 2010, la chaîne TF6, détenue à 50 % avec M6, est reçue par 5,9 millions de foyers (stable par rapport à fin décembre 2009). Sur 2010, elle réalise une part d'audience de 0,6 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus (contre 0,7 % en 2009).

TF6 a réalisé en moyenne sur l'année une part d'audience de 0,7 % sur la cible des 15-34 ans qui reçoivent la chaîne (contre 1,0 % en 2009).

En 2010, la chaîne a poursuivi son recentrage sur la cible publicitaire des 15-34 ans en diffusant davantage de divertissements événementiels, de séries générationnelles telles que *Dawson* ou *Les Frères Scott*, de séries inédites comme *Legend of the Seeker*, de sitcoms telles que *Scrubs* ou *How I met your Mother*, de séries incontournables comme *Le Caméléon*. TF6 diffuse les meilleurs films et téléfilms d'action.

Dans un contexte concurrentiel accru et de baisse des recettes publicitaires qui ne sont pas compensées par la hausse des recettes liées à l'abonnement, la chaîne voit son chiffre d'affaires reculer. Toutefois, TF6 parvient à maintenir sa marge en diminuant ses charges opérationnelles.

## Série Club

Au 31 décembre 2010, la chaîne Série Club, détenue à 50 % avec M6, est reçue par 4,5 millions de foyers (versus 4,7 millions à fin décembre 2009). Sur 2010, elle réalise une part d'audience de 0,5 % sur les Initialisés âgés de 4 ans et plus (contre 0,6 % en 2009).

Série Club, a réalisé, en 2010, une part d'audience de 0,9 % sur la cible des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Les chaînes du câble et du satellite connaissent une concurrence plus forte du fait de la montée de la TNT. Série Club affiche cependant une bonne résistance, tant en termes d'audiences que de revenus publicitaires.

En 2010, Série Club, la chaîne des séries, a poursuivi la modernisation de son Antenne en proposant désormais une diffusion 100 % numérique et 16/9 de ses programmes. La chaîne propose une offre complète de séries inédites *Mad Men*, *Damages*, *Life is wild*, de séries références comme *Lost*, *Prison Break*, de séries incontournables avec *Stargate SG-14* et de grands classiques avec *Commissaire Valence*.

Dans un contexte concurrentiel accru et de baisse des recettes publicitaires qui ne sont pas compensées par la hausse des recettes liées à l'abonnement, la chaîne voit son chiffre d'affaires reculer.

## TF1 ENTREPRISES

TF1 Entreprises regroupe diverses activités, directement ou indirectement liées à la chaîne TF1, telles que les jeux, la musique, les licences, les spectacles vivants ou encore l'édition.

En 2010, TF1 Entreprises enregistre un chiffre d'affaires en hausse de 12,0 % à 43,8 millions d'euros. L'amélioration de l'activité, principalement associée à une maîtrise des charges de structure, permet à TF1 Entreprises de dégager un résultat opérationnel courant de 2,4 millions d'euros, à comparer à une perte opérationnelle de 1,6 million d'euros en 2009. Le taux de marge opérationnelle courante ressort à 5,5 % en 2010.

### TF1 Games-Dujardin<sup>(1)</sup>

En 2010, le marché du jeu en France a connu une très légère baisse de 0,8 % en valeur et 1 % en volume (hors puzzles et hors cartes stratégiques). Dans un marché en très légère baisse, la part de marché de TF1 Games passe de 8,6 % pour l'année 2009 à 8,0 % pour l'année 2010. L'arrêt de la commercialisation de la gamme *Cranium* a été compensé par l'acquisition du jeu *Le Cochon Qui Rit* et de la licence de commercialisation des jeux de France Télévisions. TF1 Games a réalisé de bonnes performances tout au long de l'année et surtout au quatrième trimestre, en ligne avec la forte saisonnalité d'une telle activité, en vendant 1,7 million de boîtes de jeux dont notamment :

- 403 000 boîtes de la gamme *1000 Bornes* ;
- 367 000 boîtes de jeux télévisés ;
- 85 000 boîtes du jeu *Le Cochon Qui Rit*.

### TF1 Licences

En 2010, TF1 Licences se positionne toujours parmi les plus grandes agences de licences en France. Les marques telles que Barbapapa et Hello Kitty poursuivent leurs succès, Ushuaïa se maintient et la nouvelle licence MasterChef a connu un bon démarrage. Le résultat opérationnel s'améliore grâce à la bonne tenue de toutes ces marques et a une base de comparaison favorable sur la publicité pour l'activité de licence promotionnelle.

### TF1 Musique<sup>(1)</sup>

Le marché de la musique et du disque connaît à nouveau, en 2010, une régression. En 2010, le marché du disque est en baisse de 26,6 % en volume et de 5,9 % en valeur. Hors effet Michael Jackson en 2009, le marché n'aurait chuté que de 2,5 %.

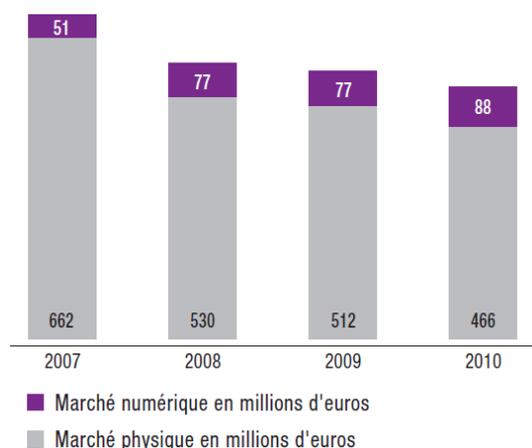
Le marché physique représente encore 84 % du marché total avec un album sur cinq vendu sous forme de téléchargement.

---

<sup>(1)</sup> Source : données NPD.

<sup>(1)</sup> Source : données SNEP.

## ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE GROS DE LA MUSIQUE



Dans un environnement toujours difficile, TF1 Musique enregistre de très belles performances :

- la production de l'album *Spiritus Dei* a connu un formidable succès. Le disque est numéro deux des ventes sur l'année 2010 en étant resté 9 semaines consécutives à la place de numéro 1 du top avec 534 000 exemplaires vendus ;
- les partenariats ont également réalisé de très belles ventes avec 674 000 albums écoulés pour Christophe Mae, 439 000 albums pour les Black Eyed Peas, 464 000 albums pour Yannick Noah, 317 000 albums pour Mylène Farmer... ;
- avec le succès de la tournée en province et du retour à Paris en fin d'année, la comédie musicale *Mozart, l'Opéra Rock* a réuni 813 000 spectateurs en 2010 et a permis de générer des revenus liés au merchandising.

7 partenariats de TF1 se trouvent dans le top 10 de ventes d'albums de l'année 2010.

### TF1 Édition

Jusqu'en 2010, TF1 Publishing éditait des livres sous le label Éditions du Toucan. Au cours de l'année 2010, TF1 Entreprises s'est réorganisée, en cédant le label Éditions du Toucan et en se recentrant sur la publication de livres déclinés de l'Antenne (beaux livres *Ushuaïa*, série *Esprits Criminels*, *Clem...*) et l'édition du magazine *Ushuaïa*.

### Autres

Au mois de septembre, TF1 Entreprises, en partenariat avec les équipes du magazine *AutoMoto*, a lancé un site Internet intitulé *Automotocompare.fr*. Le site permet aux internautes de comparer les différentes sociétés d'assurance (97 000 mises en relation enregistrées en 4 mois sur l'année 2010) et de trouver de nombreuses informations pratiques.

## PRODUCTION

Le pôle Production, composé de l'entité TF1 Films Production et TF1 Production, réalise en 2010 un chiffre d'affaires de 16,7 millions d'euros contre 22,1 millions d'euros un an plus tôt, soit une baisse de 5,4 millions d'euros.

Le pôle affiche un résultat opérationnel courant de - 1,9 million d'euros, soit une dégradation de 3,7 millions par rapport à l'année précédente.

### TF1 Films Production<sup>(2)</sup>

Les salles de cinéma françaises ont réalisé, au cours de l'année 2010, 206,5 millions d'entrées soit 2,7 % de plus qu'en 2009. Ce résultat est supérieur au niveau moyen des dix dernières années (188,1 millions par an en moyenne). Il constitue un record qui n'avait pas été atteint depuis 1967 (211,5 millions d'entrées) et ce, malgré un ralentissement survenu en décembre 2010. En 2010, la fréquentation a été particulièrement dynamique au premier semestre (+ 8,1 % par rapport à 2009).

En 2010, 24 films ont fait l'objet d'une exploitation partielle en 3D contre 16 films un an plus tôt. Ces films partiellement exploités en 3D ont réalisé plus de 33 millions d'entrées soit près de 16 % de l'ensemble de la fréquentation.

<sup>(2)</sup> Source : CNC – prévisions.

La fréquentation des films français diminue de 0,9 % pour atteindre 73,4 millions d'entrées. Ce résultat est légèrement supérieur à la moyenne des dix dernières années (72,4 millions). La part de marché des films français est estimée à 36 %, contre 37 % en 2009. 19 films français ont atteint le million d'entrées vendues.

En 2010, 13 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles, dont 6 millionnaires avec *La Rafle* (2,9 millions d'entrées), *L'Immortel* (1,1 million d'entrées), *Adèle Blanc-Sec* (1,6 million d'entrées), *Camping 2* (3,9 millions d'entrées) et *L'Homme qui voulait vivre sa Vie* (1,2 million d'entrées). En 2009, 7 des 20 films sortis en salles par TF1 Films Production avaient dépassé le million d'entrées.

FILM	Date de sortie	Entrées au 31/12/2010
CAMPING 2	21/04/2010	3 978 114
ARTHUR 3 LA GUERRE DES 2 MONDES	13/10/2010	3 056 062
LA RAFLE	10/03/2010	2 851 122
ADÈLE BLANC-SEC	14/04/2010	1 621 846
L'HOMME QUI VOULAIT VIVRE SA VIE	03/11/2010	1 172 783
L'IMMORTEL	24/03/2010	1 128 275
À BOUT PORTANT <sup>(1)</sup>	01/12/2010	799 901
IL RESTE DU JAMBON ?	27/10/2010	787 279
IMOGÈNE MCCARTHERY	05/05/2010	578 932
UNE PETITE ZONE DE TURBULENCES	13/01/2010	540 430
DE VRAIS MENSONGES <sup>(1)</sup>	08/12/2010	485 397
ENSEMBLE C'EST TROP	17/02/2010	335 293
600 KILOS D'OR PUR	25/08/2010	153 989

(1) Films encore en exploitation en janvier 2011.

Source : CBO – Box-office

À fin décembre 2010, la filiale a effectué des engagements sur 19 longs métrages pour un montant total de 41,3 millions d'euros, remplissant ainsi son obligation du cahier des charges.

Le chiffre d'affaires de TF1 Films Production est en retrait du fait de la baisse du nombre de films exploités en salles en 2010 par rapport à 2009.

### TF1 Production

En 2010, la filiale a notamment tenu une place importante lors de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, avec pour objectif l'alimentation de toutes les Antennes du Groupe.

Les magazines de la chaîne TF1 produits par TF1 Production ont connu un large succès. Tout au long de la compétition, TF1 a proposé Coupe du Monde de la FIFA 2010, Le Mag. Les 21 émissions ont réalisé d'excellentes audiences avec en moyenne, 4,7 millions de téléspectateurs pour 29 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus avec un pic d'audience le 17 juin à 7,7 millions de téléspectateurs (40 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 40 % sur le public féminin).

Ces performances sur la Coupe du Monde de la FIFA 2010 permettent de compenser le recul de l'activité sur le pôle Magazine et Fictions.

La baisse du chiffre d'affaires entraîne une baisse de la rentabilité de TF1 Production en 2010.

### e-TF1<sup>(1)</sup>

Après de nombreux développements tout au long de l'année 2009, e-TF1 a poursuivi sa progression en 2010. Les différents sites du Groupe enregistrent 19,1 millions de visiteurs uniques au mois de décembre 2010, soit une progression de 13 % par rapport au mois de décembre 2009. Le groupe TF1 conserve ainsi sa place de leader en tant que groupe média du Web.

Le site TF1.fr attire 7,9 millions de visiteurs uniques par mois, à fin décembre 2010.

La vidéo affiche d'excellents résultats sur TF1.fr. Sur l'année 2010, 1,4 milliard de vidéos gratuites ont été vues sur les sites du Groupe dont 700 millions de vidéos en *catch-up*. Cette performance sur l'année 2010 est remarquable puisque le nombre de vidéos vues en *catch-up* dépasse largement les 400 millions de vidéos vues au cours de l'ensemble de l'année 2009.

Les sites *pure-players* du Groupe confirment leur succès avec WAT.tv qui comptabilise 7,4 millions de visiteurs uniques, et Plurielles.fr, le site féminin du Groupe qui attire 3,3 millions de visiteurs uniques. Overblog maintient sa place de numéro 1 avec 10,7 millions de visiteurs uniques (en décembre 2010).

<sup>(1)</sup> Source : panel Médiamétrie NNR décembre 2010.

MyTF1 poursuit également son déploiement. Après un premier partenariat de distribution annoncé en novembre 2009 avec la Bbox de Bouygues Telecom, le service gratuit et interactif de TF1 est depuis le mois de juin 2010 également disponible depuis les décodeurs Orange.

L'interactivité a connu un début d'année légèrement en baisse due à un nombre de jeux télévisés moins important par rapport à l'année précédente. Les performances sur l'année restent satisfaisantes grâce aux succès enregistrés en fin d'année, comme l'élection de Miss France 2011 ou le programme quotidien *Les 12 Coups de Midi*.

En 2010, e-TF1 connaît un fort rebond des revenus publicitaires par rapport 2009, soit une croissance de 73 %, notamment grâce à la bonne commercialisation des formats vidéos, sur des marques fortes telles que *Secret Story* ou encore *Masterchef*.

Le 11 novembre 2010, TF1 a apporté sa participation de 40 % détenue dans la société Overblog au groupe Wikio. En échange de cet apport, le groupe TF1 a reçu des titres du nouvel ensemble représentant 13,2 % du capital.

Cette opération de fusion du portail d'informations Wikio et de la plateforme de blogs Overblog a conduit à créer un nouveau modèle de production de contenus en France et en Europe.

Le principe consiste en l'étude des attentes des internautes, en analysant leurs requêtes récurrentes sur les moteurs de recherche, pour créer ensuite des contenus en réponse à cette demande. À la différence du modèle traditionnel qui pousse des contenus choisis par les rédacteurs vers les internautes (*top down*), le modèle de contenu à la demande naît des besoins des internautes.

Le chiffre d'affaires d'e-TF1 sur l'année 2010 s'établit à 78,2 millions d'euros, soit une amélioration de 5,4 millions d'euros (+ 7,4 %) par rapport à 2009.

Les performances en termes d'activité ainsi que la non-réurrence de charges liées à la refonte des sites Internet de 2009 entraînent une amélioration de 5,9 millions d'euros du résultat opérationnel courant. La filiale e-TF1 génère en 2010 un résultat opérationnel courant de 2,5 millions d'euros à comparer à une perte de - 3,4 millions d'euros en 2009, et cela, malgré la prise en compte de la nouvelle taxe sur l'interactivité pour 1,5 million d'euros.

## DIVERS

En 2010, le chiffre d'affaires du pôle est de 55,2 millions d'euros, à comparer à 17,1 millions d'euros en 2009, du fait principalement de la revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 à France Télévisions et Canal+ pour 33 millions d'euros au deuxième trimestre de 2010.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 23,6 millions d'euros, à comparer à 27,9 millions d'euros au 31 décembre 2009, soit une baisse de 4,3 millions sur un an du fait d'une reprise de provision sur litige comptabilisée au quatrième trimestre 2009.

### Les Indés Radios (ex-Les Indépendants)

En 2010, TF1 Publicité commercialise l'espace publicitaire des 128 stations locales, régionales et thématiques des **Indés Radios**. Cette offre leader (18,8 % de part d'audience commerciale sur les Individus 25-49 ans<sup>(1)</sup>) est complétée par le couplage Sud Radio et Wit FM alliant ainsi puissance et proximité, véritables accélérateurs de l'efficacité publicitaire.

Alors que les investissements publicitaires bruts<sup>(2)</sup> des radios nationales progressent de 6,9 %, en 2010, l'offre radio en régie chez TF1 Publicité enregistre une croissance de 25,8 % en brut. Avec une part de marché de 10,7 %, TF1 Publicité devient un acteur important du marché publicitaire radio.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé de TF1, composé des commissions de régie, s'élève à 12,6 millions d'euros, contre 9,9 millions d'euros en 2009.

---

<sup>(1)</sup> Source : Médiamétrie – 126 000 Radio – novembre-décembre 2010 – lundi / vendredi – 05h/24h – PDAC sur la base des QHM de TF1 Publicité Radios, NRJ Global, IP Radio, Lagardère Publicité, RMC, Skyrock et Radio Classique.

<sup>(2)</sup> Source : Kantar Média – Investissements publicitaires bruts – Radio Nationale – Tous secteurs – année 2010 (vs année 2009).

## TF1 Publicité Régie hors Groupe

TF1 Publicité commercialise l'espace publicitaire d'une douzaine de chaînes thématiques, complémentaires et identitaires dont notamment des chaînes Disney et Cartoon.

La contribution au chiffre d'affaires consolidé de TF1, composé des commissions de régie, est stable en 2010.

## SOCIETE MISE EN EQUIVALENCE (JUSQU'AU 30 JUIN 2010)

### Groupe AB

Le Groupe AB édite et diffuse des chaînes de télévision : RTL9 (65 %), AB1, en France, AB3 et AB4 en Belgique. Le Groupe dispose également de l'un des plus importants catalogues de droits audiovisuels francophones de plus de 1 500 titres représentant 44 000 heures de programmes dont, par exemple, les épisodes des séries Navarro et Femme d'Honneur qu'il distribue en France et à l'étranger.

Le 11 juin 2010, Groupe AB et TF1 ont finalisé l'opération visant au rachat par TF1 de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de la chaîne TMC détenus par Groupe AB. Dans le cadre de cette opération, le management de Groupe AB (Port Noir) s'est vu consentir une option d'achat lui permettant d'acquérir dans un délai de deux ans la participation minoritaire de TF1 pour un montant de 155 millions d'euros.

Par ailleurs, les autres activités de Groupe AB sont détenues par une société nouvelle. TF1 y conserve une participation identique à celle qu'elle détenait dans Groupe AB, soit 33,5 %. Enfin, le groupe TF1 a accru sa participation de 33,5 % à 49 % dans la société holding détenue par Monsieur Claude Berda, WB Télévision, qui contrôle les chaînes francophones belges AB3, AB4 et Videoclick.

La participation de 33,5 % du groupe TF1 dans les autres activités de Groupe AB est évaluée à 155 millions d'euros. Une option d'achat exerçable à tout moment jusqu'au 11 juin 2012 inclus, a été octroyée pour un prix fixe de 155 millions d'euros.

En application de la norme IAS 27 « États financiers consolidés et individuels », du fait de l'octroi par le groupe TF1 d'une option d'achat exerçable à tout moment, cette participation n'est plus consolidée par mise en équivalence du poste au 1<sup>er</sup> juillet 2010 mais inscrite au bilan en actifs financiers non courants à sa valeur de marché.

## DROITS AUDIOVISUELS

Le chiffre d'affaires du pôle Droits Audiovisuels s'élève à 142,9 millions d'euros sur l'année 2010, en baisse de 5,4 % par rapport à l'année précédente, soit une perte de revenus de 8,1 millions d'euros.

La perte opérationnelle courante ressort à 5,2 millions d'euros contre une perte de 22,5 millions d'euros un an plus tôt, soit une amélioration de 17,3 millions d'euros.

### CATALOGUE

La fréquentation cinématographique en France est estimée à 206,5 millions d'entrées soit une hausse de 2,7 % par rapport à 2009 (voir *supra* paragraphe TF1 Films Production pour les données de marché).

L'année 2010 marque le véritable déploiement du numérique dans les salles de cinéma en France, avec un doublement du nombre d'écrans numériques. Plus de 1 800 salles sont équipées de projecteurs numériques, soit un tiers des écrans français, contre 17 % un an plus tôt.

En 2010, l'activité catalogue de TF1 a poursuivi son partenariat avec UGC initié en 2009. Huit films ont été distribués en salles en 2010, soit quatre films de moins qu'en 2009. Parmi ces sorties, on notera notamment les succès en salles du film *Les Invités de mon Père* avec 840 000 entrées, *Elle s'appelait Sarah* avec 800 000 entrées et *Le nom des gens* avec 700 000 spectateurs.

Sur l'année 2010, 14 titres ont été co-financés par TF1 et UGC. L'année 2011 marquera donc le début de l'exploitation des films acquis en commun par les deux sociétés.

Le chiffre d'affaires de l'activité **Catalogue** s'établit à 54,1 millions d'euros, en diminution de 3,5 millions d'euros. La bonne performance de certains films ainsi que les bons résultats de l'activité de vente du catalogue ne compensent que partiellement le moins grand nombre de sorties en salles par rapport à l'année 2009.

Malgré la baisse du chiffre d'affaires, le résultat opérationnel courant progresse de 13,7 millions d'euros. Il s'élève à 4,3 millions d'euros, à comparer à une perte opérationnelle courante de 9,4 millions d'euros en 2009.

## VIDEO

En 2010, les Français ont dépensé 1,4 milliard d'euros en achats de DVD et de supports Haute Définition Blu-ray. La dépense des ménages en vidéo physique est stable pour la deuxième année consécutive (+ 0,1 %).

La commercialisation des supports Haute Définition se développe toujours : le chiffre d'affaires du Blu-ray progresse de 61,6 % entre 2009 et 2010 pour atteindre 173,4 millions d'euros, soit 9,7 millions de supports vendus. Le Blu-ray représente 12,5 % du chiffre d'affaires de la vidéo en 2010 (7,8 % en 2009).

Le DVD capte 87,5 % du marché en valeur (92,2 % en 2009). Les Français ont acheté presque autant de DVD que l'année précédente (- 0,4 %). En volume, 135,3 millions de DVD ont été vendus en 2010<sup>(1)</sup>.

### CONSOMMATION DE SUPPORTS VIDEO EN 2010

	Unités (millions)	Évolution 2009-2010	Chiffre d'affaires (M€)	Évolution
DVD	135,27	- 0,4 %	1 211,89	- 5,1 %
Blu-ray	9,66	+ 82,8 %	173,41	+ 61,6 %
<b>TOTAL</b>	<b>144,93</b>	<b>+ 2,7 %</b>	<b>1 385,30</b>	<b>+ 0,1 %</b>

Source : CNC – GFK.

Le chiffre d'affaires de l'activité Vidéo est en recul de 4,9 % à 88,8 millions d'euros. Tout au long de l'année, l'activité vidéo a connu différents succès avec *Le Ruban blanc* (Palme d'Or du Festival de Cannes 2009 et Golden Globe du meilleur film étranger) et *Un Prophète* (récompensé neuf fois aux Césars et nommé aux Oscars comme meilleur film étranger). La fin d'année 2010 a été couronnée par la performance des ventes de DVD *Motherfucker* (spectacle de Florence Foresti), la comédie musicale *Mozart, L'Opéra Rock* et le film d'animation *Dora l'Exploratrice*. Malgré ces succès, les volumes vendus sont inférieurs à ceux de l'année précédente du fait de sorties limitées et d'un référentiel 2009 qui bénéficiait de titres forts, dans un marché structurellement baissier sur le plan des prix.

Malgré une forte maîtrise des charges, le recul de l'activité entraîne une perte opérationnelle courante de 9,5 millions d'euros, à comparer à une perte de 13,1 millions d'euros un an plus tôt.

Après une association de 18 mois, TF1 Vidéo et SPHE (Sony Pictures Home Entertainment) ont décidé de mettre fin à leur partenariat dans la distribution physique de vidéo. Cette séparation prendra effet le 1<sup>er</sup> juillet 2011.

## ANTENNES INTERNATIONALES

Au cours de l'année 2010, l'activité Antennes Internationales affiche un chiffre d'affaires de 364,4 millions d'euros contre 319,2 millions d'euros un an plus tôt, en hausse de 14,1 %.

Le résultat opérationnel courant du pôle s'établit à 59,9 millions d'euros, soit une augmentation de 35,2 %.

Pour rappel, le résultat opérationnel courant de Antennes Internationales, en 2009, intégrait 2 millions d'euros de plus-value liée à la cession de France 24.

### EUROSPORT INTERNATIONAL<sup>(2)</sup>

Source : NedStat visiteur unique cookies.

Les audiences des chaînes Eurosport affichent une baisse en 2010 par rapport à 2009 : l'audience moyenne s'établit à 573 000 téléspectateurs au quart d'heure moyen dont 508 000 (- 10 %) pour la seule chaîne Eurosport. Cette baisse s'explique par une concurrence accrue des chaînes qui diffusent notamment les matches de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, et ce, malgré une programmation attractive avec la diffusion des Jeux Olympiques de Vancouver (120 millions de téléspectateurs sur la période) et de la Coupe d'Afrique des Nations.

En 2010, Eurosport est reçue par 123,0 millions de foyers en Europe (+ 4,9 millions en un an). La poursuite du développement du câble et de l'ADSL profite à l'ensemble des chaînes du Groupe, tout comme le développement sur de nouveaux territoires et les développements technologiques. À noter la réussite du partenariat avec Panasonic : Eurosport a diffusé le tournoi de Roland Garros en 3D dans plus de 3 000 magasins Hifi en Europe. Ces retransmissions, relayées auprès de la presse par des campagnes de communication spécifiques, ont rencontré un vif succès et confirment la capacité d'Eurosport à innover.

Les abonnés payants augmentent de 7 % (+ 5,6 millions) par rapport à 2009, principalement sur l'Europe de l'Est et centrale, l'Asie-Pacifique et le bassin méditerranéen.

La croissance de la chaîne Eurosport 2 à 47,9 millions d'abonnés (+ 7,8 millions sur un an) est également marquée par les bonnes performances enregistrées en Europe de l'Est et par le lancement de la version

<sup>(1)</sup> Source : CNC-GFK.

<sup>(2)</sup> Source : comScore Networks, 1er site en Europe avec 11,3 millions de visiteurs uniques en moyenne sur janvier-décembre 2010.

suédoise en avril 2010 en Scandinavie. La Bundesliga renforce notamment l'offre de cette chaîne, disponible en HD.

La progression de la chaîne Eurosport HD à 11,7 millions d'abonnés (+ 6,5 millions sur un an) connaît des résultats très satisfaisants au Royaume-Uni, en Europe méditerranéenne mais aussi en Scandinavie. Elle renforce considérablement le positionnement du groupe Eurosport.

EurosportNews poursuit également son développement et atteint 6,2 millions d'abonnés en quasi-totalité payants.

Enfin, grâce aux accords conclus avec les plateformes australiennes, la déclinaison Asie-Pacifique de la chaîne connaît une accélération dans son développement et consolide ainsi durablement sa présence en Océanie.

Cette croissance du nombre d'abonnés permet d'améliorer fortement le chiffre d'affaires provenant des abonnements qui croît de 16,4 % sur un an.

La diffusion d'événements forts prisés par les annonceurs, l'environnement économique plus propice et la base de comparaison favorable permettent à Eurosport International d'enregistrer également une hausse de son chiffre d'affaires publicitaire de 10,6 % à 78,1 millions d'euros.

Les audiences Internet demeurent soutenues au cours de 2010 et en forte progression avec désormais 2,3 millions de visiteurs uniques par jour (décembre 2010). Les audiences Internet placent Eurosport au premier rang européen des sites de sport.

Fin juin 2010, les sites anglophones à destination de l'Australie et de l'Asie du Sud-Est ont été lancés en lien avec le développement accéléré dans cette région.

Début décembre 2010, Eurosport a lancé le site Eurosport en turc et compte désormais 14 déclinaisons locales de son site Internet (pour 11 versions linguistiques).

Enfin depuis mars 2007, capitalisant sur des audiences Internet soutenues, la chaîne Eurosport diffuse directement ses chaînes auprès des internautes au travers d'un *Player*. Ce mode de diffusion réservé à l'origine à certains pays, a été désormais étendu à toute l'Europe (hors Italie et Russie) que ce soit *via* Internet ou au travers d'applications iPhone.

Le chiffre d'affaires des autres activités est en progression, soutenue par la réussite de ce *player* Eurosport, le lancement d'Eurosport Arabia et par les applications gratuites iPhone, téléchargées notamment près de 3,1 millions de fois à fin décembre 2010, ou SmartPhone d'Eurosport (lancée sur Blackberry en mai 2010, Android en juin 2010, iPad en mai 2010). En décembre 2010, 338 000 personnes par jour utilisent l'application.

Au quatrième trimestre 2010, le chiffre d'affaires total d'Eurosport International est de 90,2 millions d'euros, en amélioration de 5,7 millions d'euros (+ 6,7 %) par rapport au quatrième trimestre 2009.

Sur ce trimestre, le résultat opérationnel d'Eurosport International s'établit à 16,4 millions d'euros, soit un taux de marge de 18,2 % contre 7,8 % au quatrième trimestre 2009.

Le chiffre d'affaires total d'Eurosport International ressort à 364,4 millions d'euros, en amélioration de 45,2 millions d'euros (+ 14,2 %) par rapport à 2009.

Le résultat opérationnel courant d'Eurosport International s'établit à 59,9 millions d'euros soit un taux de marge de 16,4 % contre 13,3 % en 2009. Un tel taux de marge dans une année à événements sportifs constitue une remarquable performance témoignant d'une réelle maîtrise des charges de structure, d'optimisation des coûts et d'un bon équilibre entre coût d'acquisition des droits, facteurs clés d'audiences et de perception de la chaîne, et recettes associées.

## **ACTIVITES DIVERSES**

En 2009, le pôle Activités Diverses comprenait Top Ticket.s (Pilipili).

À fin 2010, le pôle Activités Diverses comprend SPS et 1001 Listes.

Le chiffre d'affaires du pôle s'élève à 5,5 millions d'euros au 31 décembre 2010. Le résultat opérationnel courant du pôle affiche une perte de - 25,6 millions d'euros.

## **SPS**

Le 8 juin 2010, SPS a obtenu de l'ARJEL<sup>(1)</sup> deux licences lui permettant de devenir opérateur de paris sportifs ou de poker en ligne sur le marché français. Le site EurosportBET.fr a été lancé le même jour.

En Angleterre, le site est opérationnel depuis juin 2009 mais n'a pas vocation à se développer sur un marché mature et très concurrentiel.

Par ailleurs, EurosportPOKER.fr a été mis en ligne le 30 juin 2010, complétant l'offre existante.

Le 23 septembre 2010, EurosportBET a obtenu la licence pour opérer les paris hippiques en France et fait partie des trois seuls sites autorisés à opérer les trois produits proposés en France (les paris sportifs, les paris hippiques et le poker en ligne).

Au 31 décembre 2010, le chiffre d'affaires réalisé par SPS est de 1,6 million d'euros contre un chiffre d'affaires non significatif en 2009. SPS affiche une perte opérationnelle courante de 23,6 millions d'euros en 2010 contre une quote-part des charges de SPS qui s'élevait à 3,0 millions d'euros un an plus tôt.

TF1 a conclu le 8 mars 2010 le rachat de 50 % du capital de SPS détenu par le fonds d'investissement Serendipity pour un montant de 6,4 millions d'euros.

Au terme de cette opération, le groupe TF1 détient 100 % du capital de la société SPS.

L'activité jeux et paris en ligne (SPS) a donc été consolidée à 50 % au premier trimestre 2010 et à 100 % à partir du 1<sup>er</sup> avril, au sein du pôle Antennes Internationales pour les deuxième et troisième trimestres 2010 et reclassée au quatrième trimestre et pour l'ensemble de l'année 2010 en Activités Diverses.

De plus, conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises, cette opération se traduit par la comptabilisation d'un *goodwill* en cours d'affectation pour un montant de 12,2 millions d'euros et la comptabilisation en « Autres produits opérationnels » d'un produit de 6,1 millions d'euros au titre de la revalorisation de la quote-part antérieurement détenue. Ce produit a été classé en « Autres produits d'exploitation » lors des arrêts intermédiaires 2010 et reclassé en « Autres produits opérationnels » au quatrième trimestre 2010.

Depuis le 8 mars 2010, l'évolution réglementaire et des conditions de marché des jeux et paris en ligne a amené le Groupe à revoir sa stratégie sur cette activité.

Les conséquences sur la valorisation de SPS ont été comptabilisées dans les comptes consolidés au 31 décembre 2010, avec pour impact une dépréciation du *goodwill* à hauteur de 12,2 millions d'euros présentée sur la ligne « Autres charges opérationnelles ».

## **1001 LISTES**

1001 Listes a été reclassée de Téléshopping à Activités Diverses au quatrième trimestre 2010.

En effet, le 4 février 2011, TF1 a cédé l'intégralité de ses titres au groupe Galeries Lafayette.

Au 31 décembre 2010, le chiffre d'affaires réalisé par 1001 Listes est de 3,9 millions d'euros, contre un chiffre d'affaires de 4,7 millions d'euros au 31 décembre 2009.

1001 Listes affiche une perte opérationnelle courante de 2,0 millions d'euros en 2010 contre une perte de 1,1 million d'euros en 2009.

Sur la base du protocole de cession, le *goodwill* de la société 1001 Listes a fait l'objet d'une dépréciation pour un montant de 7,0 millions d'euros, déterminé à partir du prix de cession, présentée sur la ligne « Autres charges opérationnelles ».

## **METRO FRANCE (SOCIETE MISE EN EQUIVALENCE)**

La société Publications Metro France, dans laquelle TF1 détient une participation de 34 %, a distribué en moyenne 675 000 exemplaires par jour dans dix villes françaises sur l'année 2010. La quote-part des résultats de Publications Metro France dans les comptes 2010 de TF1 est non significative.

---

<sup>(1)</sup> ARJEL : Autorité de Régulation des Jeux En Ligne.

## 3.2.2 Perspectives

---

En 2011, le Groupe évoluera, comme en 2010, dans un environnement économique toujours incertain et caractérisé par une faible visibilité.

Le Groupe a retenu pour 2011 une hypothèse de stabilité de son chiffre d'affaires consolidé. La consolidation sur l'ensemble de l'année 2011 du chiffre d'affaires des quotes-parts acquises de TMC et de NT1 sera compensée par l'absence de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Le Groupe est confiant dans ses leviers de croissance du chiffre d'affaires publicitaire, tant pour la chaîne TF1, que pour l'ensemble des supports du Groupe (chaînes TNT, médias digitaux et Eurosport). La plupart des activités de diversification devraient poursuivre leur développement, avec une base de comparaison cependant moins favorable.

Par ailleurs, le Groupe confirme son objectif d'amélioration de la rentabilité et la stabilisation du coût de grille de la chaîne TF1, lequel devrait être de l'ordre de 950 millions d'euros en moyenne sur les exercices 2011 et 2012.

Dans le cadre du développement des synergies entre les chaînes gratuites du Groupe, le scénario de travail retenu à date prévoit qu'en 2013, 60 % des programmes des deux chaînes TMC et NT1 (*versus* 35 % en 2010) pourraient provenir des stocks de TF1 ou de la production interne.

Les cessions et restructurations effectuées au cours de l'année 2010, ainsi que la mise en place de nouvelles organisations devraient avoir un impact positif sur les charges opérationnelles du Groupe.

En 2011, le groupe TF1 sera plus que jamais mobilisé pour renforcer ses positions, accélérer sa marche en avant, en poursuivant activement l'exécution de la stratégie mise en place depuis trois ans :

- continuer d'offrir des contenus forts et fédérateurs, ayant pour vocation d'informer, de divertir et d'émouvoir et cela sur toutes les Antennes du Groupe – chaînes gratuites et payantes, Internet – en conservant une maîtrise des coûts ;
- développer, grâce aux évolutions technologiques, des opportunités de toucher tous les publics et de multiplier avec eux les points de rencontre – chaînes d'affinités, offre VoD et SVoD, musique, jeux et e-commerce.

La capacité du Groupe à allier l'efficacité du média de masse aux contacts enrichis du média numérique personnel doit permettre à TF1 de consolider sa place de leader sur son cœur de métier : le divertissement et l'information sous toutes leurs formes, proposant ainsi à ses annonceurs des opportunités plus étendues pour leur communication.

Enfin, le groupe TF1 continuera son action d'Entreprise citoyenne et responsable en multipliant les initiatives en matière de lien social et de diversité.

Fort d'une structure financière très saine, le Groupe dispose donc de solides atouts pour affronter l'année 2011.

## 3.2.3 Événements survenus depuis la clôture de l'exercice

---

Le 4 février 2011, TF1 a cédé l'intégralité de ses titres 1001 Listes au groupe Galeries Lafayette.

## 3.2.4 Rôle de TF1 auprès de ses filiales et relations avec sa maison mère

---

(S'agissant des fonctions exercées par les dirigeants dans les principales filiales, se reporter à la page 6 du document de référence et rapport financier annuel).

Le groupe TF1 est composé d'environ 50 filiales opérationnelles détenues directement ou indirectement (voir organigramme du Groupe en page 7 du document de référence 2010). Ces dernières sont essentiellement situées en France.

TF1 a pour rôle de définir, en amont, les principales orientations stratégiques de son Groupe. Elle assure un rôle d'animateur des différentes structures, notamment au travers de la recherche de synergies et d'harmonisation des procédures.

D'un point de vue financier, TF1 vérifie le niveau de capitalisation de ses filiales. La Direction trésorerie du groupe TF1 gère et consolide la trésorerie de l'ensemble des filiales du Groupe, à l'exception des filiales Place des Tendances, Série Club, TCM et Metro France qui assurent elles-mêmes la gestion de leur trésorerie et de leur financement.

Les conventions réglementées décrites dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes entre TF1 et ses filiales concernent :

- la mise à disposition permanente, aux filiales, des structures fonctionnelles de TF1 (Secrétariat général, vie sociale, veille juridique, communication interne, études et statistiques, contrôle de gestion...). Cette mise à disposition est facturée à chaque filiale en application de deux clés de répartition, à savoir au prorata des effectifs et des chiffres d'affaires sociaux des sociétés du Groupe. Au titre de l'exercice 2010, la facturation totale s'élève à 11,1 millions d'euros. En outre, les prestations réalisées à la demande sont facturées à des conditions de marché ;
- en vertu d'une convention en date du 12 octobre 2005, LCI peut à l'occasion d'événements majeurs décrocher son Antenne sur celle de TF1 pour lui permettre une couverture immédiate de l'information. En 2010, LCI a perçu une rémunération forfaitaire annuelle d'un montant de 5,0 millions d'euros ;
- les autres conventions (contrats de location-gérance notamment) sont détaillées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes.

Les conventions réglementées décrites dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes entre TF1 et Bouygues concernent :

- la mise à disposition de TF1 de services communs par Bouygues.

En 2010, les sommes facturées par Bouygues à TF1 à ce titre s'élèvent à 3,5 millions d'euros, ce qui représente 0,13 % du chiffre d'affaires total du groupe TF1 (à comparer à 3,4 millions d'euros pour l'année 2009, soit 0,14 % du chiffre d'affaires).

Bouygues met, en effet, à la disposition des différentes sociétés de son Groupe des services experts dans différents domaines tels que la finance, le juridique, les ressources humaines, l'administration, l'informatique, les nouvelles technologies...

En fonction de ses besoins et conformément aux termes de la convention approuvée annuellement par le Conseil d'Administration, TF1 peut décider de faire appel à ces services en les sollicitant, au fil du temps et des problèmes qui surgissent. Il s'agit d'un droit de tirage que chaque structure peut utiliser à tout moment pour discuter d'une problématique avec un expert plus rompu à cet exercice qu'elle. Par exemple TF1, qui ne dispose pas de spécialiste en droit des assurances, fait appel au Service Assurances de Bouygues pour mettre en place une nouvelle police. Il en est de même en matière d'audit informatique.

Au-delà des conseils prodigués et de l'assistance apportée, les services communs assurent l'animation des filières, notamment en organisant des rencontres entre professionnels d'une filière (juridique contrats par exemple) pour favoriser les échanges, les discussions techniques, s'approprier les évolutions (en matière de normes comptables par exemple).

Les coûts réels de ces services communs sont refacturés à TF1 selon des clés de répartition, adaptées à la nature du service rendu, par exemple en matière de ressources humaines, au prorata des effectifs de TF1 par rapport aux effectifs du Groupe, les capitaux permanents pour tout ce qui relève du domaine financier et, pour les autres services, le chiffre d'affaires.

- les autres conventions avec Bouygues (la campagne de communication institutionnelle et le complément de retraite consenti aux dirigeants) sont détaillées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes.

### **3.2.5 La société mère TF1**

---

En 2010, TF1 SA a réalisé un chiffre d'affaires de 1 484,6 millions d'euros (+ 7,8 %), réparti entre les opérations de la régie publicitaire pour 1 473,9 millions d'euros (+ 8,6 %) et les recettes diverses pour 10,7 millions d'euros (- 43,4 %). Le résultat d'exploitation atteint 154,1 millions d'euros, en hausse de 113,4 millions d'euros.

Le résultat financier s'élève à 50,8 millions d'euros (- 66,1 %).

Le bénéfice net de l'exercice est de 157,2 millions d'euros, en baisse de 20,8 %.

Les dépenses visées par l'article 39-4 du Code Général des Impôts s'élèvent pour l'exercice 2010 à 235 542 euros. Ces dépenses non admises en charges déductibles pour la détermination de l'impôt sur les sociétés seront soumises à l'approbation de l'Assemblée Générale conformément à l'article 223 *quater* du Code Général des Impôts (CGI).

### **AFFECTATION ET REPARTITION DES RESULTATS DE TF1**

Dans les résolutions qui sont soumises à votre approbation, nous vous demandons d'approuver les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2010 et, après avoir constaté l'existence de bénéfices disponibles de 407 887 977,73 euros, compte tenu du bénéfice net de l'exercice de 157 208 740,70 euros et du report à

nouveau de 250 679 237,03 euros, de décider l'affectation et la répartition suivantes proposées par le Conseil d'Administration :

- distribution en numéraire d'un dividende de 117 375 770,60 euros (soit un dividende de 0,55 euro par action de 0,20 euro de valeur nominale) ;
- affectation du solde au report à nouveau soit 290 512 207,13 euros.

La date de détachement du dividende sur le marché Euronext Paris est le 19 avril 2011. La date à l'issue de laquelle seront arrêtées les positions qui, après dénouement, bénéficieront de la mise en paiement est le 21 avril 2011. La date de mise en paiement du dividende est le 26 avril 2011.

Conformément à l'article 158.3.2° du Code Général des Impôts, ce dividende est intégralement éligible à l'abattement de 40 % prévu pour les personnes physiques fiscalement domiciliées en France.

Nous vous informons de la faculté offerte aux personnes physiques fiscalement domiciliées en France, dont les dividendes perçus sont éligibles à cette réfaction, d'opter pour l'assujettissement de ces revenus à un prélèvement forfaitaire libératoire de 19 % prévu à l'article 117 *quater* du CGI. Cette option doit être effectuée lors de chaque encaissement, cette option étant irrévocable et ne pouvant être exercée a posteriori.

Nous vous demandons d'autoriser à porter au compte report à nouveau le montant des dividendes afférents aux actions que TF1 pourrait détenir pour son propre compte, conformément aux dispositions de l'article L. 225-210 du Code de Commerce.

Nous vous rappelons le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents, à savoir :

<b>Exercice clos le</b>	<b>Dividende net versé par action</b>	<b>Abattement<sup>(1)</sup></b>
31/12/2007	0,85 €	oui
31/12/2008	0,47 €	oui
31/12/2009	0,43 €	oui

*(1) Dividende éligible pour les personnes physiques fiscalement domiciliées en France, à l'abattement de 40 % prévu à l'article 158.3.2° du CGI.*

#### **DECOMPOSITION DES DETTES A L'EGARD DES FOURNISSEURS PAR DATE D'ECHEANCE DE TF1 SA**

<b>(en millions d'euros)</b>	<b>31/12/2010</b>	<b>31/12/2009</b>
Total des dettes fournisseurs	318,0	368,9
Total des dettes retenues <sup>(1)</sup>	266,6	294,8
<b>Dont dettes non échues</b>	<b>257,1</b>	<b>284,1</b>
<b>Dont dettes échues<sup>(2)</sup></b>	<b>9,5</b>	<b>10,7</b>

*TF1 SA applique de façon majoritaire un délai de règlement conventionnel de fin de mois plus quarante-cinq jours calculé à compter de la date d'émission de la facture.*

*(1) Le total des dettes fournisseurs retenues au 31 décembre 2010 comprend l'ensemble des dettes fournisseurs exception faite des fournisseurs effets à payer s'élevant à 51,4 millions d'euros (contre 33,4 millions d'euros au 31 décembre 2009). À fin 2009, conformément aux textes applicables, étaient également exclus de l'analyse les fournisseurs étrangers et intragroupes pour 40,7 millions d'euros.*

*(2) Dont dettes échues de moins de 30 jours : 4,9 millions d'euros (2,9 millions d'euros au 31 décembre 2009) ; dettes échues de 30 à 90 jours : 2,3 millions d'euros (3,1 millions d'euros au 31 décembre 2009) ; dettes échues de plus de 90 jours : 2,3 millions d'euros (4,7 millions d'euros au 31 décembre 2009).*

## 3.2.6 Principales acquisitions et cessions

---

### ENTREES ET VARIATIONS DE PERIMETRE ET PRISES DE PARTICIPATION

#### INTEGRATION DES SOCIETES TMC ET NT1

Le 11 juin 2010, le groupe TF1 a pris le contrôle des sociétés TMC, TMC Régie et NT1.

Les sociétés TMC et TMC Régie, consolidées avant cette opération en intégration proportionnelle à 40 %, sont consolidées par intégration globale au 1<sup>er</sup> juillet 2010. À compter de cette date, l'ensemble des actifs, passifs, produits et charges sont intégrés à 100 % dans les comptes consolidés du groupe TF1. Le résultat net et les capitaux propres sont répartis entre le Groupe et les minoritaires à hauteur de leur participation respective dans ces sociétés, soit 80 % pour le groupe TF1 et 20 % pour les minoritaires.

La société NT1 entre dans le périmètre de consolidation en date d'effet au 1<sup>er</sup> juillet 2010 en intégration globale avec un taux d'intérêt à 100 %.

Les quotes-parts acquises en juin 2010, évaluées initialement à 191,7 millions d'euros, ont été payées en numéraire pour 198,1 millions d'euros dont 6,4 millions d'euros de complément de prix provisoire correspondant à l'estimation du surplus de trésorerie nette disponible des sociétés acquises. Le prix définitif a été déterminé en novembre 2010 à 194,9 millions d'euros.

La juste valeur des quotes-parts des chaînes a été évaluée par un cabinet d'experts indépendants à 429 millions d'euros. Compte tenu du prix d'acquisition des quotes-parts acquises en 2010 de 191,7 millions d'euros et d'une valeur nette comptable des quotes-parts acquises antérieurement de 134,9 millions d'euros un produit de réévaluation de 102,4 millions d'euros a été comptabilisé en autres produits opérationnels.

Les coûts d'acquisitions encourus pour la réalisation de cette opération s'élèvent à 6,5 millions d'euros et sont présentés dans le compte de résultat au 31 décembre 2010 en diminution du produit de réévaluation, en autres produits opérationnels. Ce montant inclut notamment 2,2 millions d'euros encourus en 2009 qui avaient été inscrits à l'actif du bilan consolidé au 31 décembre 2009 dans l'attente de la finalisation du regroupement.

Dans le cadre des travaux d'évaluations des actifs et des passifs des sociétés acquises, la marque TMC a fait l'objet d'une comptabilisation à l'actif du bilan à sa juste valeur évaluée à 30 millions d'euros et les valeurs des droits audiovisuels acquis ont été valorisées à 30,3 millions d'euros, après prise en compte d'une dépréciation de 11,9 millions d'euros.

Après comptabilisation de ces éléments, un *goodwill* global de 399 millions d'euros a été constaté. Le *goodwill* comptabilisé au 31 décembre 2010 dans le cadre de ce regroupement est provisoire et pourra faire l'objet d'ajustement pendant 12 mois soit jusqu'au 11 juin 2011.

Dans le cadre de ce regroupement, le groupe TF1 n'a pas opté pour une évaluation pour la juste valeur des intérêts minoritaires de TMC détenus par la Principauté de Monaco (choix de la méthode du *goodwill* partiel). Ces intérêts minoritaires sont maintenus à leur valeur comptable après réévaluation des actifs et passifs acquis.

Au 31 décembre 2010, le chiffre d'affaires des quotes-parts acquises TMC et NT1 intégrées dans les comptes consolidés depuis la prise de contrôle s'élève à 39,7 millions d'euros. Si ces quotes-parts avaient été acquises et intégrées au 1<sup>er</sup> janvier 2010, leurs contributions au chiffre d'affaires du Groupe auraient été de 79 millions d'euros.

#### APPORT DES TITRES JFG NETWORKS (SITE INTERNET OVERBLOG) AU GROUPE WIKIO

Le 11 novembre 2010, le groupe TF1 a conclu un accord avec le groupe Wikio par lequel TF1 lui a apporté sa participation de 40 % détenue dans JFG Networks en échange d'actions dans le nouvel ensemble comprenant JFG Networks, Wikio et ses autres filiales. À la suite de cette opération, le groupe TF1 devient le premier actionnaire du groupe Wikio avec une participation représentant 13,2 % du capital.

Dans les comptes consolidés au 31 décembre 2010, la société JFG Networks, antérieurement consolidée par mise en équivalence, est déconsolidée. La nouvelle participation reçue en échange dans le groupe Wikio est comptabilisée en titres de participation non consolidés à la valeur historique de JFG Networks à la date de l'opération.

## **TRAITEMENT CONSOLIDE DE LA PARTICIPATION DANS GROUPE AB**

Le groupe TF1 a conservé une participation de 33,5 % dans les autres activités de Groupe AB évaluée à 155 millions d'euros et a octroyé à l'équipe dirigeante (Port Noir) une option d'achat exerçable à tout moment jusqu'au 11 juin 2012 inclus, pour un prix de 155 millions d'euros.

En application de la norme IAS 27 – États financiers consolidés et individuels, du fait de l'octroi par le groupe TF1 d'une option d'achat exerçable à tout moment, cette participation n'est plus consolidée par mise en équivalence mais inscrite au bilan en actifs financiers non courants à sa valeur de marché, soit 155 millions d'euros.

## **CHANGEMENT DE METHODE DE CONSOLIDATION DE L'ENTITE SPS**

Suite à l'acquisition de 50 % du capital de SPS auprès du fonds d'investissement Serendipity, le groupe TF1 a pris le contrôle de cette entité. Dans les comptes consolidés au 31 décembre 2010, le changement de méthode de consolidation d'intégration proportionnelle à intégration globale a été réalisé en date d'effet au 31 mars 2010 (cf. note 1 – faits marquants et note 7 – *goodwill* du présent document de référence et rapport financier annuel du chapitre 4.2).

## **OPÉRATIONS DE RECLASSEMENT DE TITRES**

Dans le cadre de la poursuite de la rationalisation des structures juridiques du Groupe, les opérations suivantes ont été réalisées :

- en 2010, absorptions de Dualnet par e-TF1, TF Image 2 par Ciby 2000 et les Établissements Michel par Dujardin ;
- en 2009, absorptions de Téléma par TF1 International, CIC par TF1 Vidéo, Sacas et TF1 Satellite par TF1 Expansion.

## **AUTRES ENGAGEMENTS DE TF1 SA**

Néant, hormis l'octroi de l'option d'achat consentie à Groupe AB comme mentionné ci-dessus.

## **3.3 ÉLEMENTS PRESENTES DANS D'AUTRES PARTIES DU DOCUMENT DE REFERENCE**

### **3.3.1 Facteurs de risques et rémunérations**

---

Ce point est abordé dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 2, de la page 66 à 78.

### **3.3.2 Bilan social et environnemental**

---

Ce point est abordé dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 1, de la page 21 à 39.

### **3.3.3 Information sur la société et le capital**

---

Ce point est abordé dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 6, de la page 209 à 231.

### 3.4 RESULTATS FINANCIERS DE LA SOCIETE TF1 AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

Nature des indications ( <i>en euros</i> )	2006	2007	2008	2009	2010
<b>I – Situation financière en fin d'exercice</b>					
a) Capital social	42 824 426	42 682 098	42 682 098	42 682 098	42 682 098
b) Nombre d'actions émises	214 122 129	213 410 492	213 410 492	213 410 492	213 410 492
c) Nombre d'obligations convertibles en actions					
<b>II – Résultat global des opérations effectives</b>					
a) Chiffre d'Affaires hors taxes	1 649 601 932	1 651 380 074	1 578 094 919	1 376 578 316	1 484 569 148
b) Bénéfice avant impôt, participation des salariés amortissements et provisions	355 728 097	331 000 742	231 461 449	201 671 020	225 847 859
c) Impôt sur les bénéfices	76 931 481	71 971 099	23 176 898	(17 671 273)	33 468 225
d) Participation des salariés	8 185 797	7 978 095	3 605 647	256 981	4 645 162
e) Bénéfice après impôts, participation des salariés amortissements et provisions	250 816 043	203 747 738	138 921 498	198 396 034	157 208 740
f) Montant des bénéfices distribués	181 790 003	181 386 487	100 302 931	91 766 512	117 375 771 <sup>(1)</sup>
<b>III – Résultat Udes opérations réduit à une seule action</b>					
a) Bénéfice après impôt et participation des salariés, mais avant amortissements et provisions	1,26	1,18	0,96	1,03	0,88
b) Bénéfice après impôt, amortissements et provisions	1,17	0,95	0,65	0,93	0,74
c) Dividende versé à chaque action	0,85	0,85	0,47	0,43	0,55 <sup>(1)</sup>
<b>IV – Personnel</b>					
a) Nombre de salariés	1 540	1 573	1 536	1 597	1 604
b) Montant de la masse salariale	111 770 510	116 739 407	121 186 526	118 312 622	120 882 687
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux	52 182 591	57 127 130	54 153 178	69 307 854	64 780 999

(1) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale du 14 avril 2011.

# INFORMATIONS SUR LA SOCIETE ET LE CAPITAL

## 6.3 CAPITAL

*Relatif à l'article 6 des statuts.*

### 6.3.1 Montant du capital et catégorie de titres

---

Depuis le 12 novembre 2007, le capital de TF1 est de 42 682 098,40 euros, divisé en 213 410 492 actions.

Les actions émises représentent 100 % du capital et des droits de vote existants.

Il n'existe ni part de fondateur, ni part bénéficiaire, ni obligation convertible ou échangeable, ni certificat de droit de vote ou d'investissement, ni droit de vote double, ni action à dividende prioritaire.

Aucune clause statutaire ne limite la libre négociabilité des actions composant le capital.

La société est autorisée à faire usage des dispositions légales prévues en matière d'identification des détenteurs de titres, conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres Assemblées d'actionnaires. Pour connaître la géographie de son capital, TF1 effectue des relevés périodiques de son actionariat inscrit au nominatif et au porteur, identifié par le biais d'Euroclear.

### 6.3.2 Descriptif du nouveau programme de rachat d'actions

---

En application des articles 241-1 et 241-3 du Règlement Général de l'AMF, ainsi que du règlement européen n° 2273/2003 du 22 décembre 2003, la société présente ci-après le descriptif du programme de rachat d'actions qui sera soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte du 14 avril 2011.

#### **PART MAXIMALE DU CAPITAL – NOMBRE MAXIMAL ET CARACTERISTIQUES DES TITRES QUE LA SOCIETE SE PROPOSE D'ACQUERIR ET PRIX MAXIMUM D'ACHAT**

TF1 aura la faculté d'acquérir 10 % du nombre total des actions composant le capital social à la date du rachat, soit à titre indicatif sur la base du capital existant au 16 février 2011 et déduction faite des 14 625 actions (qui seront bientôt annulées) détenues à cette même date, 21 326 424 actions.

TF1 a fixé à 150 millions d'euros, le montant maximal des fonds destinés à la réalisation de ce programme d'achat d'actions.

Le programme ayant pour objet principal l'annulation d'actions, cet investissement maximum ne devrait pas être atteint. Cependant, TF1 se réserve la possibilité d'utiliser la totalité de cette autorisation.

À ce jour, il existe une position ouverte sur produits dérivés : une option d'achat de 1 008 000 titres TF1 a été achetée en couverture du plan d'options n° 8, à maturité du 16 septembre 2011.

## **OBJECTIFS DU PROGRAMME DE RACHAT**

Les actions rachetées pourront être utilisées aux fins suivantes :

- annuler des actions dans les conditions prévues par la loi, sous réserve d'une autorisation par l'Assemblée Générale Extraordinaire ;
- attribuer des actions à des salariés ou mandataires sociaux de la société ou de sociétés liées, dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions, ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise ou d'un plan d'épargne interentreprises, ou par voie d'attribution gratuite d'actions ;
- assurer la liquidité et animer le marché du titre de la société par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement agissant dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à une charte de déontologie reconnue par l'Autorité des Marchés Financiers ;
- conserver des actions et le cas échéant les remettre ultérieurement en paiement ou en échange dans le cadre d'opérations de croissance externe ;
- conserver des actions et le cas échéant les remettre ultérieurement lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant accès au capital de la société ;
- mettre en œuvre toute pratique de marché qui viendrait à être admise par l'Autorité des Marchés Financiers, et plus généralement réaliser toute autre opération conforme à la réglementation en vigueur.

L'acquisition, la cession, le transfert ou l'échange d'actions pourront être réalisés, dans le respect de la réglementation en vigueur, par tous moyens, notamment sur le marché ou hors marché, notamment de gré à gré, sans avoir recours à des instruments financiers dérivés, et à tout moment, sauf en période d'offre publique d'achat ou d'échange ou de garantie de cours. La part du programme qui peut s'effectuer par négociation de blocs n'est pas limitée et pourra représenter la totalité du programme.

Le prix d'achat ne pourra dépasser 25 euros par action et le prix de vente ne pourra être inférieur à 7 euros par action, sous réserve des ajustements liés aux opérations sur le capital de la société.

Le total des actions détenues à une date donnée ne pourra dépasser 10 % du capital social existant à cette même date.

## **DUREE DU PROGRAMME DE RACHAT**

Dix-huit mois à compter du jour de l'Assemblée Générale Mixte du 14 avril 2011.

### **6.3.3 Achat en Bourse**

---

L'Assemblée Générale Mixte du 15 avril 2010 et celles des années précédentes ont autorisé le Conseil d'Administration à acheter les propres actions de la société dans la limite de 10 % du nombre de titres composant le capital social à la date de l'utilisation du programme de rachat d'actions. Ces autorisations permettent notamment au Conseil d'Administration d'acheter des actions de la société pour les annuler.

En vertu des autorisations précitées, TF1 n'a pas acquis en 2010 d'actions TF1. À la suite de l'exercice d'un achat à terme dans le cadre de la couverture du plan 2006 d'attribution d'actions gratuites, et à la livraison des titres à leurs bénéficiaires, TF1 détient 14 625 actions propres.

## **OPERATIONS REALISEES SUR DES TITRES TF1 PAR DES DIRIGEANTS OU DES PERSONNES MENTIONNEES A L'ARTICLE L. 621-18-2 DU CODE MONETAIRE ET FINANCIER AU COURS DE L'ANNEE 2010**

La société Bouygues a acheté, les 30 juin et 1<sup>er</sup> juillet 2010, 139 732 actions TF1, pour un montant total de 1 497 019,45 euros.

### **6.3.4 Autorisations financières soumises à l'Assemblée Générale Mixte du 14 avril 2011**

---

## **DELEGATIONS ET AUTORISATIONS FINANCIERES EN COURS DE VALIDITE**

Conformément à l'article L. 225-100 du Code de Commerce, le tableau ci-après récapitule les délégations et autorisations en cours de validité accordées par l'Assemblée Générale au Conseil d'Administration et l'utilisation faite de ces délégations et autorisations au cours de l'exercice 2010.

Le montant nominal maximal des augmentations de capital social immédiates et / ou à terme susceptibles d'être réalisées en vertu des autorisations conférées, est de 15 millions d'euros avec maintien du droit préférentiel de souscription et de 4,3 millions d'euros avec suppression du droit préférentiel de souscription.

Le montant nominal maximal des titres de créance susceptibles d'être émis en vertu des autorisations conférées est de 900 millions d'euros.

Les autorisations et les délégations accordées par les Assemblées Générales de 2008, 2009 et 2010 arrivent toutes à échéance en 2011.

<b>Autorisation</b>	<b>Montant nominal maximal des augmentations de capital</b>	<b>Montant nominal maximal des titres de créance</b>	<b>Validité de l'autorisation</b>	<b>Durée restant à courir<sup>(2)</sup></b>	<b>Assemblée Générale Mixte</b>	<b>N° de résolution</b>	<b>Utilisation faite de l'autorisation au cours de l'exercice</b>
<b>Rachats d'actions et réduction du capital social</b>							
Achat par la société de ses propres actions	10 % du capital		18 mois	6 mois	15/04/2010	8	Néant
Réduction du capital par annulation d'actions	10 % du capital par période de 24 mois		18 mois	6 mois	15/04/2010	9	Néant
<b>Émission de titres</b>							
Augmentation de capital avec maintien du DPS <sup>(3)</sup> par émission d'actions ou de valeurs mobilières	15 M€	900 M€	26 mois	2 mois	17/04/2009	17	Néant
Augmentation de capital par incorporation de primes, réserves ou bénéfices	400 M€		26 mois	2 mois	17/04/2009	18	Néant
Augmentation du nombre de titres à émettre en cas d'augmentation de capital avec DPS <sup>(3)</sup>	15 % de l'émission initiale		26 mois	2 mois	17/04/2009	20	Néant
Augmentation de capital avec suppression du DPS <sup>(3)</sup> par émission d'actions ou de valeurs mobilières par une offre au public	4,3 M€	900 M€	14 mois	2 mois	15/04/2010	10	Néant
Augmentation de capital avec suppression du DPS <sup>(3)</sup> par émission d'actions ou de valeurs mobilières, en vue d'un placement privé	4,3 M€	900 M€	14 mois	2 mois	15/04/2010	14	Néant
Augmentation du nombre de titres à émettre en cas d'augmentation de capital sans DPS <sup>(3)</sup>	15 % de l'émission initiale		14 mois	2 mois	15/04/2010	11	Néant
Fixation du prix d'émission, sans DPS <sup>(3)</sup> , de titres de capital ou de valeurs mobilières	10 % du capital <sup>(1)</sup>		14 mois	2 mois	15/04/2010	12	Néant
Augmentation de capital en vue de rémunérer des apports en nature constitués de titres d'une société ou de valeurs mobilières donnant accès au capital	10 % du capital <sup>(1)</sup>		26 mois	2 mois	17/04/2009	22	Néant
Augmentation de capital, sans DPS <sup>(3)</sup> , à l'effet de rémunérer des apports de titres en cas d'offre publique d'échange	4,3 M€ <sup>(1)</sup>		14 mois	2 mois	15/04/2010	13	Néant
Émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créance (délégation de compétence)	-	900 M€	26 mois	2 mois	17/04/2009	24	Néant

Autorisation	Montant nominal maximal des augmentations de capital	Montant nominal maximal des titres de créance	Validité de l'autorisation	Durée restant à courir <sup>(2)</sup>	Assemblée Générale Mixte	N° de résolution	Utilisation faite de l'autorisation au cours de l'exercice
<b>Émissions réservées aux salariés et aux dirigeants</b>							
Augmentation de capital réservée aux salariés ou mandataires sociaux adhérant à un plan d'épargne d'entreprise (PEE)	10 % du capital		26 mois	2 mois	17/04/2009	25	Néant
Attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre	10 % du capital		38 mois	2 mois	17/04/2008	15	Néant

(1) Il est précisé que :

- le total du montant nominal des augmentations de capital autorisées (résolution n° 17 de l'AGM du 17 avril 2009 avec maintien du DPS, résolution n° 22 de l'AGM du 17 avril 2009 et n° 10, 13 et 14 de l'AGM du 15 avril 2010 avec suppression du DPS) ne peut pas dépasser respectivement 15 millions d'euros et 4,3 millions d'euros, même si le Conseil d'Administration décide d'augmenter le nombre de titres à émettre (20<sup>e</sup> résolution de l'AGM du 17 avril 2009 et 11<sup>e</sup> résolution de l'AGM du 15 avril 2010 – à hauteur maximale égale à 15 % de l'émission initiale, pendant une période de 30 jours suivant la clôture de la souscription), étant précisé que le montant nominal total des augmentations de capital réalisées au titre des résolutions sans DPS (4,3 millions d'euros) s'impute sur le plafond global visé à résolution n° 17 de l'AGM du 17 avril 2009 avec maintien du DPS (15 millions d'euros) ;
- le total du montant nominal des titres de créance (résolution n° 17 de l'AGM du 17 avril 2009 et résolutions n° 10 et 14 de l'AGM du 15 avril 2010) ne peut pas dépasser 900 millions d'euros.

(2) À compter du vote de l'Assemblée Générale mixte du 14 avril 2011.

(3) DPS : Droit Préférentiel de Souscription.

## UTILISATION DES DELEGATIONS ET AUTORISATIONS FINANCIERES ACCORDEES

### Au cours de l'année 2010 :

- la société n'a pas procédé à des rachats de ses propres actions ;
- la société n'a pas utilisé les autorisations antérieures d'émission de valeurs mobilières ;
- la société n'a pas attribué d'actions gratuites, ni utilisé l'autorisation d'augmentation de capital au titre du PEE.

## DELEGATIONS ET AUTORISATIONS FINANCIERES SOUMISES A L'ASSEMBLEE GENERALE MIXTE DU 14 AVRIL 2011

Les autorisations et les délégations accordées par les Assemblées Générales de 2008, 2009 et 2010 arrivent toutes à échéance en 2011.

Le tableau ci-après résume les délégations et autorisations financières à conférer au Conseil d'Administration par l'Assemblée Générale Mixte du 14 avril 2011.

Ces différentes délégations et autorisations financières remplaceront, à compter du jour de leur approbation par l'Assemblée Générale, le cas échéant, pour leur partie non engagée, celles accordées antérieurement et ayant le même objet.

Ces nouvelles délégations sont en accord avec les pratiques habituelles et les recommandations en la matière en termes de montant, plafond et durée (26 mois).

Certaines résolutions ont été ajustées, à savoir :

- les augmentations de capital avec et sans droit préférentiel de souscription voient leur plafond d'autorisation global abaissé de 34 % à 20 % du capital ;
- les attributions d'actions gratuites et d'options d'actions voient leur plafond commun aux deux résolutions, réduit de 10 % à 3 % du capital.

Les délégations prévues par ces résolutions visent l'émission de titres de capital et de valeurs mobilières donnant accès au capital avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription. La politique du Conseil d'Administration est de privilégier par principe l'augmentation avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires. Cependant, la suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires pourrait être nécessaire ; dans ce cas, le Conseil d'Administration pourrait néanmoins conférer au profit des actionnaires une faculté de souscription par priorité à titre irréductible et / ou réductible.

Le montant nominal maximal des augmentations de capital social immédiates et / ou à terme susceptibles d'être réalisées en vertu des autorisations à conférer, serait de 8,6 millions d'euros (20 % du capital – « plafond global ») avec maintien du droit préférentiel de souscription (19<sup>e</sup> résolution) ou de 4,3 millions d'euros (10 % du

capital – « sous plafond ») avec suppression du droit préférentiel de souscription. Le montant nominal maximal des titres de créance susceptibles d'être émis en vertu des autorisations à conférer serait de 900 millions d'euros.

Dans la 20<sup>e</sup> résolution, il est proposé d'autoriser votre Conseil d'Administration à augmenter le capital par incorporation de réserves, bénéfices, primes ou autres sommes dont la capitalisation serait possible dans la limite d'un montant nominal de 400 millions d'euros. Ce plafond est autonome et distinct du plafond global fixé dans la 19<sup>e</sup> résolution.

Enfin, il est précisé que l'achat par la société de ses propres actions ne pourra pas se faire en période d'offre publique d'achat ou d'échange ou de garantie de cours ; par ailleurs, l'achat se ferait sans recours à des instruments financiers dérivés.

<b>Autorisation</b>	<b>Montant nominal maximal des augmentations de capital</b>	<b>Montant nominal maximal des titres de créance</b>	<b>Validité de l'autorisation</b>	<b>Durée restant à courir<sup>(1)</sup></b>	<b>Assemblée Générale Mixte N° résolution</b>
<b>Rachats d'actions et réduction du capital social</b>					
Achat par la société de ses propres actions	10 % du capital		18 mois	18 mois	14/04/2011 17
Réduction du capital par annulation d'actions	10 % du capital par période de 24 mois		18 mois	18 mois	14/04/2011 18
<b>Émission de titres</b>					
Augmentation de capital avec maintien du DPS <sup>(2)</sup> par émission d'actions ou de valeurs mobilières	8,6 M€	900 M€	26 mois	26 mois	14/04/2011 19
Augmentation de capital par incorporation de primes, réserves ou bénéfices	400 M€		26 mois	26 mois	14/04/2011 20
Augmentation de capital avec suppression du DPS <sup>(2)</sup> par émission d'actions ou de valeurs mobilières par une offre au public	4,3 M€	900 M€	26 mois	26 mois	14/04/2011 21
Augmentation de capital avec suppression du DPS <sup>(2)</sup> par émission d'actions ou de valeurs mobilières, en vue d'un placement privé	4,3 M€	900 M€	26 mois	26 mois	14/04/2011 22
Augmentation du nombre de titres à émettre en cas d'augmentation de capital avec ou sans DPS <sup>(2)</sup>	15 % de l'émission initiale		26 mois	26 mois	14/04/2011 23
Fixation du prix d'émission, sans DPS <sup>(2)</sup> , de titres de capital ou de valeurs mobilières	10 % du capital		26 mois	26 mois	14/04/2011 24
Augmentation de capital en vue de rémunérer des apports en nature constitués de titres d'une société ou de valeurs mobilières donnant accès au capital	10 % du capital	900 M€	26 mois	26 mois	14/04/2011 25
Augmentation de capital, sans DPS <sup>(2)</sup> , à l'effet de rémunérer des apports de titres en cas d'offre publique d'échange	4,3 M€		26 mois	26 mois	14/04/2011 26
<b>Émissions réservées aux salariés et aux dirigeants</b>					
Octroi d'options de souscription et/ou d'achat d'actions	3 % du capital		38 mois	38 mois	14/04/2011 28
Attributions gratuites d'actions existantes ou à émettre	3 % du capital		38 mois	38 mois	14/04/2011 29
Augmentation de capital réservée aux salariés et/ou mandataires sociaux adhérent à un plan d'épargne d'entreprise (PEE)	2 % du capital		26 mois	26 mois	14/04/2011 30

(1) À compter du vote de l'AGM du 14 avril 2011.

(2) DPS : Droit Préférentiel de Souscription.

Le plafond global des délégations financières est de 8,6 millions d'euros, soit 20 % du capital de la société au 14 avril 2011.

En plus de ce plafond global, un sous-plafond de 4,3 millions d'euros, soit 10 % du capital de la société au 14 avril 2011, s'applique et est commun aux autres émissions en fonction du type d'opération envisagé ; ces possibilités d'émissions sont limitées par le plafond global. Le montant nominal maximal des titres de créance susceptibles d'être émis en vertu des autorisations à conférer serait de 900 millions d'euros.

Ce sous-plafond serait celui sur lequel viendrait s'imputer le montant :

- des émissions avec suppression du droit préférentiel de souscription (21<sup>e</sup> résolution offre au public et 22<sup>e</sup> résolution dans le cadre de placements privés) ;
- des émissions additionnelles par application de la clause de sur-allocation, si l'émission est réalisée avec suppression du droit préférentiel de souscription (23<sup>e</sup> résolution) ;
- des émissions rémunérant des apports en nature (25<sup>e</sup> résolution) ;
- des émissions en rémunérations d'apports de titres (26<sup>e</sup> résolution).

Un plafond global commun est prévu pour les 28<sup>e</sup> et 29<sup>e</sup> résolutions et est égal à 3 % du capital social.

### 6.3.5 Capital potentiel

Si l'ensemble des options consenties était exercé, le capital de TF1 serait augmenté de 4 558 897 titres, et porté après cette dilution brute à 217 969 389 actions.

Il n'existe pas d'autre forme de capital potentiel.

Les options en cours de validité sont présentées dans le présent document de référence et rapport financier annuel 2010 au chapitre 2, note 2.3.2, page 70.

### 6.3.6 Évolution du capital au cours des cinq dernières années

**TABLEAU D'ÉVOLUTION DU CAPITAL AU 31 DECEMBRE 2010**

Date	Augmentation de capital effectuées depuis cinq ans	Nombre d'actions	Montant des variations de capital (en euros)		Montant successif du capital (en euros)	Nombre cumulé d'actions
			Nominal	Prime		
Du 22/02/2006 au 19/05/2006 constaté au 22/05/2006	Exercice d'options de souscription du plan n° 4 à 23,27 €	382 000	76 400	8 812 740		
	Exercice d'options de souscription du plan n° 7 à 20,20 €	15 000	3 000	300 000	42 889 826	214 449 129
22/05/2006	Annulation d'actions rachetées par la société	- 200 000	- 40 000	-	42 849 826	214 249 129
Du 05/07/2006 au 20/09/2006 constaté au 21/11/2006	Exercice d'options de souscription du plan n° 4 à 23,27 €	1 731 000	346 200	39 934 170	43 196 026	215 980 129
21/11/2006	Annulation d'actions rachetées par la société	- 1 928 000	- 385 600	-	42 810 426	214 052 129
Du 22/11/2006 au 31/12/2006	Exercice d'options de souscription du plan n° 7 à 20,20 €	70 000	14 000	1 400 000	42 824 426	214 122 129
20/02/2007	Annulation d'actions autodétenues	- 251 537	- 50 307	-	42 774 118	213 870 592
Du 24/01/2007 au 16/07/2007	Exercice d'options de souscription du plan n° 7 à 20,20 €	339 900	67 980	6 798 000		
	Exercice d'options de souscription du plan n° 7 à 21,26 € <sup>(1)</sup>	100 000	20 000	2 106 000	42 862 098	214 310 492
12/11/2007	Annulation d'actions autodétenues	- 900 000	- 180 000	-	42 682 098	213 410 492

(1) La décote de 5 % n'a pas été appliquée aux options accordées aux dirigeants mandataires sociaux.

## **6.4 ACTIONNARIAT**

### **6.4.1 Gestion des titres**

---

TF1, en tant que société émettrice, assure la gestion de son service titres et de son service financier.

### **6.4.2 Accords d'actionnaires**

---

TF1 a conclu plusieurs pactes d'actionnaires dont le plus significatif est le suivant :

#### **PACTE D'ACTIONNAIRES GROUPE AB DU 11 JUIN 2010**

Depuis 2007, le groupe TF1 détenait 33,5 % du capital de Groupe AB, lui-même détenteur notamment de 40 % du capital de TMC et de 100 % du capital de NT1. TF1 détenait également une participation directe de 40 % dans TMC acquise en 2005.

Le 11 juin 2010, TF1 et Groupe AB ont finalisé la mise en œuvre du protocole signé le 10 juin 2009, au titre duquel TF1 a acquis la quote-part restante de 66,5 % détenue par les autres actionnaires de Groupe AB dans les 40 % du capital de TMC et les 100 % du capital de NT1 détenus par Groupe AB, pour un montant global de 194,9 millions d'euros. De ce fait, les chaînes TMC et NT1 sont, à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2010, consolidées en intégration globale au sein du groupe TF1.

Parallèlement, TF1 conserve une participation à 33,5 % dans les autres activités de Groupe AB, identique à celle qu'elle détenait avant l'opération, évaluée à 155 millions d'euros. Cette participation fait l'objet d'une option d'achat consentie à l'équipe dirigeante de Groupe AB (Port Noir), exerçable à tout moment pendant deux ans à compter du 11 juin 2010, pour un prix de 155 millions d'euros.

TF1, la société Port Noir Investment et Claude Berda ont conclu un pacte d'actionnaires relativement à leur participation dans la société Groupe AB nouvellement créée, dont les principales dispositions sont les suivantes :

- TF1 dispose du droit de désigner un nombre de membres des Conseils d'Administration de Groupe AB proportionnellement à sa participation au capital, soit un tiers des membres ;
- TF1 dispose d'un droit de préemption en cas de cession d'actifs ou d'éléments essentiels du fonds de commerce de Groupe AB ou des participations détenues par la société Groupe AB que celle-ci viendrait à vendre ;
- TF1 bénéficie d'un droit de cession conjointe, notamment dans le cas d'une cession du contrôle de la société Groupe AB.

### **6.4.3 Action de concert**

---

Il n'existe pas à ce jour d'action de concert relative à TF1.

## 6.4.4 Actionnariat et évolution du capital

### ÉVOLUTION DE LA STRUCTURE ACTIONNAIRIALE

À la connaissance du Conseil d'Administration, l'évolution de la structure actionnariale est la suivante :

	Situation au 31 décembre 2010			Situation au 31 décembre 2009			Situation au 31 décembre 2008		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,1 %	43,1 %	91 806 565	43,0 %	43,0 %	91 806 565	43,0 %	43,0 %
Autodétention	14 625	0,01 %	-	14 625	0,01 %	-	14 625	0,01 %	-
Salariés TF1	12 149 695	5,7 %	5,7 %	11 466 260	5,4 %	5,4 %	9 174 435	4,3 %	4,3 %
dont FCPE <sup>(1)</sup>	12 025 780	5,6 %	5,6 %	11 341 320	5,3 %	5,3 %	9 045 380	4,2 %	4,2 %
dont salariés inscrits au nominatif	123 915	0,1 %	0,1 %	124 940	0,1 %	0,1 %	129 055	0,1 %	0,1 %
Flottant France <sup>(2)</sup>									
<sup>(3)</sup>	34 833 010	16,3 %	17,5 %	37 348 254	17,5 %	17,5 %	44 763 959	21,0 %	21,0 %
Flottant Étranger <sup>(3)</sup>	74 466 865	34,9 %	34,9 %	72 774 788	34,1 %	34,1 %	67 650 908	31,7 %	31,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>213 410 492</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>213 410 492</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>	<b>213 410 492</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

(1) Actionnariat salarié au sein du Plan d'Épargne d'Entreprise. 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.

(2) Incluant les porteurs non identifiés.

(3) Estimations relevé Euroclear.

Le nombre d'actionnaires est estimé à plus de 100 000.

Il n'existe pas de droit de vote double.

À la connaissance de la société, il n'existe aucune action TF1 nantie et TF1 n'a nanti aucune action de ses filiales.

À la connaissance de la société, il n'y a pas eu de variation significative de l'actionnariat depuis le 31 décembre 2010.

Les 14 625 actions en autodétention au 31 décembre 2010 ont été acquises, après un achat à terme de 191 025 actions TF1, conclu le 22 mars 2006, au prix unitaire de 25,76 euros pour couvrir l'attribution décidée en 2006, d'actions gratuites TF1.

La société est contrôlée comme décrit ci-dessus ; toutefois, la société estime qu'il n'y a pas de risque que le contrôle soit exercé de manière abusive. La société se réfère aux recommandations figurant dans le Code de Gouvernement d'Entreprise publié en décembre 2008 par l'AFEP et le MEDEF. Ces recommandations figurent en annexe du texte du règlement intérieur du Conseil.

## FRANCHISSEMENTS DE SEUIL

Les déclarations de franchissement de seuil d'intermédiaires inscrits ou de gestionnaires de fonds portées à la connaissance de l'Autorité des Marchés Financiers au cours de l'année 2010 sont les suivantes :

Date de déclaration	Date d'opération sur le marché	Intermédiaires inscrits ou gestionnaires de fonds	Seuil statutaire ou légal	Nature du franchissement	Nombre d'actions	% du capital	Nombre total des droits de vote	% des droits de vote
18/01/2010	15/01/2010	DNCA Finance / Leonardo Asset Management	2 %	Baisse	4 208 000	1,97 %	4 208 000	1,97 %
02/02/2010	29/01/2010	UBS AG	1 %	Hausse	2 228 463	1,04 %	2 228 463	1,04 %
02/02/2010	29/01/2010	Natixis Asset Management	0,5 %	Hausse	1 085 275	0,51 %	1 085 275	0,51 %
11/02/2010	03/02/2010	Natixis Asset Management	0,5 %	Baisse	1 062 302	0,498 %	1 062 302	0,498 %
03/03/2010	02/03/2010	Orbis Investment Management Limited	3 %	Hausse	6 409 207	3,00 %	6 409 207	3,00 %
12/03/2010	11/03/2010	Orbis Investment Management Limited	3 %	Baisse	6 373 360	2,99 %	6 373 360	2,99 %
04/05/2010	30/04/2010	UBS AG	1 %	Baisse	2 133 621	1,00 %	2 133 621	1,00 %
05/05/2010	03/05/2010	UBS AG	1 %	Hausse	2 735 866	1,28 %	2 735 866	1,28 %
19/05/2010	19/05/2010	Artisan partners	2 %	Baisse	3 684 617	1,73 %	3 684 617	1,73 %
09/06/2010	07/06/2010	UBS AG	1 %	Baisse	2 034 668	0,95 %	2 034 668	0,95 %
03/11/2010	28/01/2010	Manning & Napier	5 %	Hausse	10 891 252	5,10 %	10 197 882	4,78 %
23/11/2010	09/02/2010	Manning & Napier	5 %	Hausse	10 689 890	5,01 %	10 689 890	5,01 %
23/11/2010	18/11/2010	Manning & Napier	5 %	Hausse	15 393 656	7,21 %	15 393 656	7,21 %
24/11/2010	23/11/2010	Amundi Asset Management	1 %	Hausse	2 219 668	1,04 %	2 219 668	1,04 %

À la connaissance de la société, il n'existe aucun autre actionnaire en dehors de Bouygues, Société Générale Asset Management (FCPE TF1 Actions), Manning & Napier et Harris Associates L.P. détenant plus de 5 % du capital ou des droits de vote.

Société Générale Asset Management détient 5,6 % du capital au 31 décembre 2010 : elle gère l'épargne des salariés du groupe TF1 via le FCPE TF1 Actions.

Le 3 février 2011, la société Harris Associates L.P, agissant pour le compte de fonds dont elle assure la gestion, a déclaré avoir franchi en baisse, le 1<sup>er</sup> février 2011, les seuils de 10 % du capital et des droits de vote de la société TF1 et détenir, pour le compte desdits fonds, 20 765 100 actions TF1 représentant autant de droits de vote, soit 9,73 % du capital et des droits de vote de cette société.

## **7.3 RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LES RESOLUTIONS PRESENTEES A L'ASSEMBLEE GENERALE MIXTE**

Mesdames, Messieurs, chers actionnaires,

Le présent rapport constitue une partie du rapport de gestion du Conseil d'Administration en vue de l'Assemblée Générale du 14 avril 2011.

### **RESULTATS DE L'EXERCICE**

Les comptes consolidés et les comptes individuels sont insérés dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 4, page 113.

### **INFORMATIONS SUR LE CAPITAL SOCIAL**

Se reporter dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 6, page 221.

### **PRISES ET CESSION DE PARTICIPATIONS**

Se reporter dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 3, page 109.

### **RESOLUTIONS PROPOSEES PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION A L'ASSEMBLEE GENERALE – PARTIE ORDINAIRE**

Vos Commissaires aux Comptes vous communiquent leurs rapports sur les comptes de l'exercice 2010 et sur les conventions et engagements relevant de l'article L. 225-38 du Code de Commerce.

Dans les résolutions qui vous sont soumises, nous vous proposons :

- d'approuver les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2010 ;
- de donner quitus de sa gestion au Conseil d'Administration ;
- l'affectation et la répartition des résultats ;

Dans les résolutions qui sont soumises à votre approbation, nous vous demandons d'approuver les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2010 et, après avoir constaté l'existence de bénéfices disponibles de 407 887 977,73 euros, compte tenu du bénéfice net de l'exercice de 157 208 740,70 euros et du report à nouveau de 250 679 237,03 euros, de décider l'affectation et la répartition suivantes proposées par le Conseil d'Administration :

- distribution en numéraire d'un dividende de 117 375 770,60 euros (soit un dividende de 0,55 euro par action de 0,20 euro de valeur nominale),
- affectation du solde au report à nouveau 290 512 207,13 euros.

La date de détachement du dividende sur le marché Euronext Paris est le 19 avril 2011. La date à l'issue de laquelle seront arrêtées les positions qui, après dénouement, bénéficieront de la mise en paiement est le 21 avril 2011. La date de mise en paiement du dividende est le 26 avril 2011.

Conformément à l'article 158.3.2° du Code Général des Impôts, ce dividende est intégralement éligible à l'abattement de 40 % prévu pour les personnes physiques fiscalement domiciliées en France.

Nous vous informons de la faculté offerte aux personnes physiques fiscalement domiciliées en France, dont les dividendes perçus sont éligibles à cette réfaction, d'opter pour l'assujettissement de ces revenus à un prélèvement forfaitaire libératoire de 19 % prévu à l'article 117 *quater* du CGI. Cette option doit être effectuée lors de chaque encaissement, cette option étant irrévocable et ne pouvant être exercée a posteriori.

Nous vous demandons d'autoriser à porter au compte report à nouveau le montant des dividendes afférents aux actions que TF1 pourrait détenir pour son propre compte, conformément aux dispositions de l'article L. 225-210 du Code de Commerce.

Nous vous rappelons le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents, à savoir :

<b>Exercice clos le</b>	<b>Dividende net versé par action</b>	<b>Abattement<sup>(1)</sup></b>
31/12/2007	0,85 euro	oui
31/12/2008	0,47 euro	oui
31/12/2009	0,43 euro	oui

(1) Dividende éligible pour les personnes physiques fiscalement domiciliées en France, à l'abattement de 40 % prévu à l'article 158.3.2° du CGI.

- les conventions et engagements visés à l'article L. 225-38 du Code de Commerce, mentionnées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes ;

Cette résolution a pour objet, connaissance prise du rapport spécial des Commissaires aux Comptes sur les conventions et engagements visés aux articles L. 225-38 et suivants du Code de Commerce, d'approuver les conventions et engagements réglementés, hors opérations courantes, décidés par le Conseil d'Administration et conclus notamment entre la société et d'autres sociétés ayant avec elle des Administrateurs ou des dirigeants communs, ou encore, entre la société et des actionnaires détenant plus de 10 % du capital.

Le rapport spécial des Commissaires aux Comptes mentionne notamment les conventions et engagements réglementés approuvés au cours des Assemblées Générales précédentes et dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice 2010.

Les conventions réglementées décrites dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes entre TF1 et ses filiales concernent :

- la mise à disposition permanente, aux filiales, des structures fonctionnelles de TF1 (Secrétariat général, vie sociale, veille juridique, communication interne, études et statistiques, contrôle de gestion...). Cette mise à disposition est facturée à chaque filiale en application de deux clés de répartition, à savoir au prorata des effectifs et des chiffres d'affaires sociaux des sociétés du Groupe. Au titre de l'exercice 2010, la facturation totale s'élève à 11,1 millions d'euros. En outre, les prestations réalisées à la demande sont facturées à des conditions de marché ;
- en vertu d'une convention en date du 12 octobre 2005, LCI peut à l'occasion d'événements majeurs décrocher son Antenne sur celle de TF1 pour lui permettre une couverture immédiate de l'information. En 2010, LCI a perçu une rémunération forfaitaire annuelle d'un montant de 5,0 millions d'euros ;
- les autres conventions (contrats de location-gérance notamment) sont détaillées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes.

Les conventions réglementées décrites dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes entre TF1 et Bouygues concernent :

- la mise à disposition de TF1 de services communs par Bouygues. En 2010, les sommes facturées par Bouygues à TF1 à ce titre s'élèvent à 3,5 millions d'euros, ce qui représente 0,13 % du chiffre d'affaires total du groupe TF1 (à comparer à 3,4 millions d'euros pour l'année 2009, soit 0,14 % du chiffre d'affaires).

Bouygues met, en effet, à la disposition des différentes sociétés de son Groupe des services experts dans différents domaines tels que la finance, le juridique, les ressources humaines, l'administration, l'informatique, les nouvelles technologies...

En fonction de ses besoins et conformément aux termes de la convention approuvée annuellement par le Conseil d'Administration, TF1 peut décider de faire appel à ces services en les sollicitant, au fil du temps et des problèmes qui surgissent. Il s'agit d'un droit de tirage que chaque structure peut utiliser à tout moment pour discuter d'une problématique avec un expert plus rompu à cet exercice qu'elle. Par exemple TF1, qui ne dispose pas de spécialiste en droit des assurances, fait appel au Service Assurances de Bouygues pour mettre en place une nouvelle police. Il en est de même en matière d'audit informatique.

Au-delà des conseils prodigués et de l'assistance apportée, les services communs assurent l'animation des filières, notamment en organisant des rencontres entre professionnels d'une filière (juridique contrats par exemple) pour favoriser les échanges, les discussions techniques, s'approprier les évolutions (en matière de normes comptables par exemple).

Les coûts réels de ces services communs sont refacturés à TF1 selon des clés de répartition, adaptées à la nature du service rendu, par exemple en matière de ressources humaines, au prorata des effectifs de TF1 par rapport aux effectifs du Groupe, les capitaux permanents pour tout ce qui relève du domaine financier et, pour les autres services, le chiffre d'affaires.

- les autres conventions avec Bouygues (la campagne de communication institutionnelle, l'utilisation des avions et le complément de retraite consenti aux dirigeants) sont détaillées dans le rapport spécial des Commissaires aux Comptes.

Le rapport spécial des Commissaires aux Comptes fait également état d'une nouvelle convention établissant la mise à disposition de TF1 par le GIE « 32 avenue Hoche », de bureaux de réception et de salles de réunion du 1<sup>er</sup> étage du 32 avenue Hoche, ainsi que la facturation des services liés à la mise à disposition, tels que notamment l'accueil, l'informatique et le secrétariat. La rémunération du GIE pour l'année 2010 s'est élevée à 12 718 euros HT.

- de ratifier la cooptation, en qualité d'Administrateur, de Laurence Danon, effectuée par le Conseil d'Administration lors de sa séance du 22 juillet 2010.

**Laurence DANON.** Ancienne élève de l'École Normale Supérieure (Ulm), ingénieur du Corps des Mines, agrégée de Sciences Physiques et titulaire d'un DEA de Chimie Organique, Laurence Danon, 54 ans, démarre sa carrière en 1984 au Ministère de l'Industrie comme chef de la division Développement Industriel de la Direction Régionale de l'Industrie et de la Recherche de Picardie puis rejoint en 1987, la Direction des Hydrocarbures du Ministère de l'Industrie, comme chef de la Direction Exploration-Production. En 1989, elle entre dans le groupe Elf où elle exerce des responsabilités commerciales au sein de la Division Polymères. En 1991, elle devient Directeur à la Division Spécialités Industrielles, avant d'être nommée en 1994 Directeur de la Division Mondiale des Polymères Fonctionnels. En 1996, elle se voit confier la Direction générale de Ato Findley Adhésives qui deviendra Bostik après la fusion avec Total à partir de 1999. Bostik est n° 2 mondial des adhésifs. En 2001, elle est nommée Président directeur général du Printemps. Après la cession réussie du Printemps en octobre 2006, elle quitte son poste en février 2007. Laurence Danon rejoint ensuite Edmond de Rothschild Corporate Finance en 2007, comme membre du directoire et est aujourd'hui présidente du directoire. Laurence Danon préside la commission « Prospectives » du MEDEF.

Les renseignements concernant Laurence DANON sont présentés à la page 46 du document de référence.

- de renouveler pour une durée de deux ans, les mandats d'Administrateur de Patricia Barbizet, Claude Berda, Martin Bouygues, Olivier Bouygues, Laurence Danon, Nonce Paolini, Gilles Pélisson, la société Bouygues et la société SFPG-Société Française de Participations et de Gestion, qui arrivent à expiration à l'issue de la présente Assemblée.

**Patricia BARBIZET,** diplômée de l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP), en 1976 a débuté sa carrière au sein du groupe Renault en tant que Trésorier de Renault Véhicules Industriels, puis Directeur financier de Renault Crédit International. Elle a rejoint le groupe Pinault en 1989 en tant que Directeur financier puis devient en 1992 Directeur général d'Artémis, puis devient en 2004 Directeur général de Financière Pinault. Elle a été Président du Conseil de Surveillance du groupe Pinault Printemps Redoute jusqu'en mai 2005 et est devenue Vice-président du Conseil d'Administration de PPR depuis mai 2005.

**Claude BERDA** fonde en 1977 une maison de disques indépendante, AB Productions. En 1987, il décide de diversifier son activité sur le marché de la production audiovisuelle : son groupe devient rapidement leader et y adjoint une nouvelle activité de distribution de droits de programmes télévisés. En 1996, Claude Berda introduit Groupe AB au New York Stock Exchange pour financer sa croissance sur le nouveau marché de la télévision numérique par satellite en France. Il met ensuite son groupe en position de bénéficiaire du développement de la TNT gratuite, avec la création de NT1 en 2002 et l'acquisition de TMC, aux côtés de TF1, en 2005. Parallèlement, Claude Berda diversifie ses activités patrimoniales, notamment dans l'immobilier. En 2007, il cède 33,5 % de Groupe AB à TF1. En 2010, il finalise la cession de NT1 et TMC à TF1, recentrant ainsi Groupe AB autour de son catalogue et ses chaînes de télévision payante.

**Martin BOUYGUES** entre dans le groupe Bouygues en 1974 en qualité de conducteur de travaux. En 1978, il fonde la société Maison Bouygues, spécialisée dans la vente de maisons individuelles sur catalogue. Administrateur de Bouygues depuis 1982, Martin Bouygues est nommé Vice-président en 1987. Le 5 septembre 1989, Martin Bouygues, succédant à Francis Bouygues, est nommé Président directeur général de Bouygues. Sous son impulsion, le Groupe poursuit son développement dans la construction, ainsi que dans la communication (TF1) et lance Bouygues Telecom en 1996. En 2006, Bouygues acquiert une participation dans Alstom et entre ainsi dans de nouveaux métiers à forte croissance : les transports et l'énergie.

**Olivier BOUYGUES,** ingénieur de l'École nationale supérieure du pétrole (ENSPM), entre dans le groupe Bouygues en 1974. Il débute sa carrière dans la branche Travaux Publics du Groupe. De 1983 à 1988, chez Bouygues Offshore, il est successivement Directeur de Boscam (filiale camerounaise) puis Directeur Travaux France et projets spéciaux. De 1988 à 1992, il occupe le poste de Président directeur général de Maison Bouygues. En 1992, il prend en charge la division Gestion des services publics du Groupe, qui regroupe les activités France et International de Saur. En 2002, Olivier Bouygues est nommé Directeur général délégué de Bouygues.

#### **Laurence DANON**

(se reporter à la cinquième résolution).

**Nonce PAOLINI,** titulaire d'une maîtrise de Lettres et diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Paris (1972), commence sa carrière chez EDF-GDF où il exerce des responsabilités opérationnelles (clientèle-commercial), puis d'état-major (organisation, formation, emploi, communication corporate). Il entre dans le groupe Bouygues en 1988, où il prend en charge la Direction du Développement des Ressources Humaines, puis, en 1990, la Direction centrale de la Communication Externe du Groupe. Il rejoint TF1 en 1993 comme Directeur des

Ressources Humaines et devient, en 1999, Directeur général adjoint du groupe TF1. Il est nommé Directeur général adjoint de Bouygues Telecom en janvier 2002, en charge du commercial, de la relation clients et des ressources humaines, puis Directeur général délégué en avril 2004 et Administrateur en avril 2005.

**SFPG – Société Française de Participation et de Gestion** Administrateur, représenté par **Olivier ROUSSAT**, diplômé de l'INSA de Lyon. Olivier Roussat commence sa carrière en 1988 chez IBM où il occupe différentes fonctions dans les activités de services de réseau de données, de production de service et d'avant-vente. Il entre chez Bouygues Telecom en 1995 pour mettre en place le *cockpit* réseau et les *process* de la Direction des Opérations Réseau et prend ensuite la Direction des Opérations Réseau puis des activités de production de services télécoms et informatiques. En mai 2003, Olivier Roussat est nommé Directeur du Réseau et devient membre du Comité de Direction générale. En janvier 2007, il prend en charge le pôle Performances et Technologies. Celui-ci rassemble les structures techniques et informatiques transverses de Bouygues Telecom : réseau, systèmes d'information, développement projets métiers, achats, moyens généraux et immobilier. Il a en outre la responsabilité du nouveau siège et du technopôle, les futures implantations de Bouygues Telecom. Directeur général délégué de Bouygues Telecom depuis le 20 février 2007, il devient Directeur général à compter du 29 novembre 2007.

**BOUYGUES**, Administrateur, représenté par **Philippe MARIEN**, diplômé de l'École des Hautes Études Commerciales (HEC), Philippe Marien est entré dans le Groupe Bouygues en 1980, en tant que cadre financier International. Chargé de mission en 1984 dans le cadre de la reprise du groupe AMREP (parapétrolier), il est nommé en 1985 Directeur financier de Technigaz (construction de terminaux gaz naturel liquéfié). En 1986, il rejoint la Direction financière du Groupe pour prendre en charge les aspects financiers du dossier de reprise de Screg. Il est nommé successivement Directeur Finances et Trésorerie de Screg en 1987 et Directeur financier de Bouygues Offshore en 1991. Directeur général adjoint Finances et Administration de Bouygues Offshore en 1998, il rejoint Bouygues Bâtiment en 2000 en tant que Secrétaire général. En mars 2003, Philippe Marien devient Secrétaire général du groupe Saur dont il a géré la cession par Bouygues à PAI Partners, puis par PAI Partners à un nouveau groupe d'actionnaires conduit par la Caisse des dépôts et consignations. En septembre 2007, il est nommé Directeur financier du Groupe Bouygues. Le 18 février 2009, Philippe Marien est nommé Président du Conseil d'Administration de Bouygues Telecom et succède ainsi à Philippe Montagner.

**Gilles PÉLISSON**, diplômé de l'ESSEC et titulaire d'un MBA de Harvard Business School, a débuté sa carrière dans le groupe Accor en 1983, aux États-Unis, puis en Asie-Pacifique et a été notamment coprésident de la chaîne hôtelière Novotel. Directeur général d'Euro Disney en 1995, puis Président directeur général en 1997, il rejoint en 2000 le groupe Suez, puis Bouygues Telecom en tant que Directeur général, puis Président directeur général (de février 2004 à octobre 2005). Il est nommé Directeur général d'Accor en janvier 2006 puis Président directeur général jusqu'à décembre 2010.

Patricia BARBIZET, Laurence DANON et Gilles PELISSON sont indépendants au regard des critères du Code de Gouvernement d'Entreprise AFEP / MEDEF. Après le renouvellement des Administrateurs proposés dans ces résolutions, votre Conseil serait ainsi composé de 3 Administrateurs indépendants sur 12.

Ces renouvellements de mandats sont pour une durée de deux ans, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer en 2013 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012. Les tableaux de synthèse des renseignements concernant les administrateurs, sont présentés aux pages 44 et suivantes du document de référence.

- de nommer KPMG Audit IS S.A.S et KPMG Audit ID S.A. respectivement en qualité de Commissaire aux Comptes titulaire et suppléant, en remplacement de KPMG et Bernard VIALATTE, pour une durée de six exercices, prenant fin à l'issue de l'Assemblée Générale statuant sur les comptes de l'exercice 2016 ;

Les honoraires versés aux Commissaires aux Comptes par TF1 et ses filiales figurent dans le présent document de référence et rapport financier annuel, chapitre 4, en note 35 des annexes des comptes consolidés, page 169.

- d'autoriser la mise en œuvre d'un programme de rachat d'actions, permettant à votre société d'acheter en bourse ses propres actions ;

Cette résolution permet à la société de racheter ses propres actions dans les limites fixées par les actionnaires et conformément à la loi. Elle remplace les autorisations données précédemment par les actionnaires lors de chaque Assemblée Générale.

#### **Caractéristiques du programme de rachat proposé**

- titres concernés : actions ;
- pourcentage de rachat maximum de capital autorisé : 10 % ;
- montant global maximum du programme : 150 millions d'euros ;
- prix d'achat unitaire maximum : 25 euros.

#### **Objectifs du programme**

- annuler des actions dans les conditions prévues par la loi, sous réserve d'une autorisation par l'Assemblée Générale Extraordinaire ;

- attribuer des actions à des salariés ou mandataires sociaux de la société ou de sociétés liées, dans les conditions et selon les modalités prévues par la loi, notamment dans le cadre de la participation aux fruits de l'expansion de l'entreprise, du régime des options d'achat d'actions, ou par le biais d'un plan d'épargne d'entreprise ou d'un plan d'épargne interentreprises, ou par voie d'attribution gratuite d'actions ;
- assurer la liquidité et animer le marché du titre de la société par l'intermédiaire d'un prestataire de services d'investissement agissant dans le cadre d'un contrat de liquidité conforme à une charte de déontologie reconnue par l'Autorité des Marchés Financiers ;
- conserver des actions et le cas échéant les remettre ultérieurement en paiement ou en échange dans le cadre d'opérations de croissance externe ;
- conserver des actions et le cas échéant les remettre ultérieurement lors de l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant accès au capital de la société ;
- mettre en œuvre toute pratique de marché qui viendrait à être admise par l'Autorité des Marchés Financiers, et plus généralement réaliser toute autre opération conforme à la réglementation en vigueur.

**Durée : 18 mois**

Ces opérations pourront être effectuées à tout moment, sauf en période d'offre publique d'achat ou d'échange ou de garantie de cours visant les actions de la Société et sans recours à des instruments financiers dérivés.

À titre d'information, il est indiqué qu'au 31 décembre 2010, la société :

- n'avait procédé à aucun achat dans le cadre du programme approuvé lors de l'Assemblée Générale Mixte du 15 avril 2010,
- détenait 14 625 actions propres sur les 213 410 492 actions TF1 existantes, à la suite de l'exercice d'un achat à terme dans le cadre de la couverture du plan 2006 d'attribution d'actions gratuites et à la livraison des titres à leurs bénéficiaires,
- n'avait pas de contrat de liquidité en cours avec un prestataire de services d'investissement.

## **RESOLUTIONS PROPOSEES PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION A L'ASSEMBLEE GENERALE – PARTIE EXTRAORDINAIRE**

Les autorisations et les délégations accordées par les Assemblées Générales de 2008, 2009 et 2010 arrivent toutes à échéance en 2011.

Ces nouvelles délégations sont en accord avec les pratiques habituelles et les recommandations en la matière en termes de montant, plafond et durée.

Certaines résolutions ont été ajustées, à savoir :

- les augmentations de capital avec maintien du droit préférentiel de souscription verraient leur plafond d'autorisation global réduit de 34 % à 20 % du capital ; celles avec suppression du droit préférentiel de souscription auraient un plafond d'autorisation commun de 10 % du capital ;
- les attributions d'actions gratuites et d'options d'actions verraient leur plafond commun aux deux résolutions, réduit de 10 % à 3 % du capital.

### **REDUCTION DU CAPITAL SOCIAL PAR ANNULATION D' ACTIONS**

Cette résolution a pour objet d'autoriser votre Conseil d'Administration à réduire le capital, en une ou plusieurs fois, dans la limite de 10 % du capital par période de vingt-quatre mois, par annulation de tout ou partie d'actions acquises dans le cadre de programmes d'achat d'actions autorisés par l'Assemblée. Cette autorisation serait donnée pour une période de dix-huit mois. Elle se substituerait à celle donnée précédemment par l'Assemblée Générale Mixte du 15 avril 2010.

Les objectifs poursuivis par ce programme d'intervention sont notamment d'acheter un certain nombre d'actions correspondant à celui émis dans le cadre d'augmentations de capital réservées aux salariés, de plans d'octroi d'options ou d'attribution gratuite d'actions accordées au profit du personnel et des dirigeants du Groupe.

Au cours de l'année 2010, la société n'a pas procédé à des rachats de ses propres actions. TF1 détient 14 625 actions propres, depuis le 1<sup>er</sup> avril 2008, à la suite de l'exercice d'un achat à terme dans le cadre de la couverture du plan 2006 d'attribution d'actions gratuites, et à la livraison des titres à leurs bénéficiaires. Situation au 16 février 2011 : pourcentage de capital autodétenu : 0,00006 % du capital ; valeur comptable du portefeuille : 0,2 million d'euros ; valeur de marché du portefeuille : 0,1 million d'euros (cours de clôture au 15 février 2011 : 14,41 euros).

### **DELEGATIONS FINANCIERES**

Au cours des années, l'Assemblée Générale a régulièrement doté votre Conseil d'Administration des autorisations nécessaires, pour lui permettre de saisir les opportunités offertes par le marché financier, afin de

réaliser les meilleures opérations en fonction des besoins en fonds propres de la société, en ayant le choix des valeurs mobilières donnant accès au capital, avec maintien ou non du droit préférentiel de souscription des actionnaires.

Les résolutions proposées mettent fin aux délégations préexistantes (accordées lors des Assemblées des 17 avril 2008, 17 avril 2009 et 15 avril 2010) portant sur l'émission, avec ou sans droit préférentiel de souscription, de tous titres de capital et de valeurs mobilières donnant accès immédiat ou à terme au capital, et dont le Conseil n'a pas fait usage.

Nous vous demandons de renouveler les précédentes autorisations en déléguant la compétence de l'Assemblée Générale au Conseil d'Administration, et ce, pour une durée de 26 mois.

Les délégations prévues par ces résolutions visent l'émission de titres de capital et de valeurs mobilières donnant accès au capital avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription.

La politique du Conseil d'Administration est de privilégier par principe l'augmentation avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires. Cependant la suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires pourrait être nécessaire ; dans ce cas, le Conseil d'Administration pourrait néanmoins conférer au profit des actionnaires une faculté de souscription par priorité à titre irréductible et/ou réductible.

Dans tous les cas où le droit préférentiel de souscription sera maintenu, il serait institué, en plus du droit de souscription à titre irréductible, un droit de souscription à titre réductible permettant aux titulaires de titres anciens de souscrire, à titre réductible, un nombre de titres supérieur à celui qu'ils pourraient souscrire à titre préférentiel, proportionnellement aux droits de souscription dont ils disposeront et dans la limite de leurs demandes.

Dans le cas de suppression du droit préférentiel de souscription, le Conseil d'Administration pourrait conférer au profit des actionnaires une faculté de souscription par priorité à titre irréductible et/ou réductible.

Le montant nominal maximal des augmentations de capital social immédiates et/ou à terme susceptibles d'être réalisées en vertu des autorisations à conférer, serait de 8,6 millions d'euros (20 % du capital – « plafond global ») avec maintien du droit préférentiel de souscription (19<sup>e</sup> résolution) ou de 4,3 millions d'euros (10 % du capital – « sous plafond ») avec suppression du droit préférentiel de souscription : les possibilités d'émissions correspondantes sont limitées par le plafond global. Le montant nominal maximal des titres de créance susceptibles d'être émis en vertu des autorisations à conférer serait de 900 millions d'euros.

Le sous-plafond est commun aux émissions ci-après fonction du type d'opérations envisagées, savoir :

- les émissions avec suppression du droit préférentiel de souscription (21<sup>e</sup> résolution offre au public et 22<sup>e</sup> résolution dans le cadre de placements privés) ;
- les émissions additionnelles par application de la clause de sur-allocation, si l'émission est réalisée avec suppression du droit préférentiel de souscription (23<sup>e</sup> résolution) ;
- les émissions rémunérant des apports en nature (25<sup>e</sup> résolution) ;
- les émissions en rémunérations d'apports de titres (26<sup>e</sup> résolution).

Dans la 20<sup>e</sup> résolution, il est proposé d'autoriser votre Conseil d'Administration à augmenter le capital par incorporation de réserves, bénéfices, primes ou autres sommes dont la capitalisation serait possible dans la limite d'un montant nominal de 400 millions d'euros. Ce plafond est autonome et distinct du plafond global fixé dans la 19<sup>e</sup> résolution.

Conformément à la loi, le prix d'émission de titres de capital devra être au moins égal à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de Bourse précédant sa fixation. Cependant, il est proposé d'autoriser votre Conseil d'Administration à déroger aux conditions de fixation du prix prévues dans les 21<sup>e</sup> et 22<sup>e</sup> résolutions en retenant un prix d'émission égal à la moyenne des cours constatés sur une période maximale de six mois précédant l'émission ou un prix d'émission égal au cours moyen pondéré du marché au jour précédant l'émission (VWAP 1 jour) avec une décote maximale de 10 % (*versus* 20 % précédemment).

## **OPTIONS DE SOUSCRIPTION OU D'ACHAT D' ACTIONS ET ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS**

Vous aviez également autorisé, lors des Assemblées Générales Mixtes des 17 avril 2007 et 2008, votre Conseil à procéder à une augmentation de capital, en une ou plusieurs fois, au profit des membres du personnel salarié ou certaines catégories d'entre eux et/ou les mandataires sociaux, tant de la société TF1 que des sociétés et groupements d'intérêt économique qui lui sont liés, par octroi d'options d'actions ou attributions gratuites d'actions de la société.

Au cours de l'année 2010, le Conseil d'Administration n'a ni octroyé d'options d'actions, ni attribué d'actions.

Les résolutions, vingt-huit et vingt-neuf, visent les attributions d'options et les attributions gratuites d'actions. Elles ont pour objet d'autoriser, pendant 38 mois, votre Conseil d'Administration à définir la politique de rémunération globale du Groupe et de lui permettre d'associer plus étroitement les cadres dirigeants à la bonne marche du groupe et à son avenir ainsi qu'aux résultats de leurs efforts.

Un plafond global commun est prévu et est égal à 3 % du capital social.

À noter que, depuis 2009, les options consenties au Président directeur général sont soumises à des critères de performance. Une partie des actions gratuites prévues dans le plan de 2006 étaient également visées par des critères de performance, applicables à tous les bénéficiaires.

Au 31 décembre 2010, le nombre total d'options non exercées était de 4 558 897, soit environ 2,1 % du capital à cette même date.

Les 28<sup>e</sup> et 29<sup>e</sup> résolutions sur les options et attributions gratuites d'actions prévoient :

- la fixation par le Conseil d'Administration des conditions, notamment le plafond à ne pas dépasser pour les options ou les actions attribuées aux dirigeants mandataires sociaux, ainsi que les critères de performance qui leur sont applicables ;
- l'arrêt par le Conseil d'Administration de la liste ou des catégories des autres bénéficiaires des options ou des actions et la fixation des critères que devront remplir les bénéficiaires de ces options.

Par ailleurs, la 28<sup>e</sup> résolution sur les options prévoit l'absence de décote possible ; selon le cas, le prix de souscription ou le prix d'achat des actions sera au moins égal à la moyenne du cours de Bourse de l'action pendant les 20 jours de Bourse précédant leur attribution, ou du cours moyen d'achat par la Société.

## **ACTIONNARIAT SALARIE**

La trentième résolution a pour objet d'autoriser votre Conseil d'Administration à procéder, pendant vingt-six mois, à des augmentations de capital plafonnées à 2 % du capital, réservées aux salariés du groupe TF1 adhérents à un plan d'épargne d'entreprise du Groupe, la précédente autorisation donnée lors de l'Assemblée Générale Mixte du 17 avril 2009 (25<sup>e</sup> résolution), dont le Conseil n'a pas fait usage, arrivant à échéance en 2011.

Dès 1988, TF1 a mis en place un Plan d'Épargne d'Entreprise – PEE - pour l'ensemble des collaborateurs de son Groupe.

Au 31 décembre 2010, 2 763 collaborateurs étaient adhérents au PEE TF1, soit 78 % des salariés des sociétés adhérentes au PEE du Groupe y ayant accès. Via le PEE « FCPE TF1 Actions », les salariés étaient actionnaires à hauteur de 5,6 % du capital et des droits de vote. Il est rappelé que la société de gestion du FCPE TF1 Actions achète, sans décote, sur le marché, les actions TF1 détenues par les salariés.

Si la délégation de compétence lui était donnée, le Conseil d'Administration pourrait décider une ou plusieurs souscriptions et aurait tous pouvoirs pour notamment :

- arrêter les conditions d'ancienneté requises des salariés pouvant bénéficier des offres de souscription ;
- décider les dates de souscription ;
- fixer le prix de souscription des nouvelles actions conformément aux dispositions de l'article L. 3332-19 du Code de Travail lors de chaque émission, qui ne pourra être inférieur de plus de 20 % à la moyenne des premiers cours cotés de l'action lors des vingt séances de Bourse précédant le jour de la décision du Conseil d'Administration fixant la date d'ouverture de la souscription ;
- et plus généralement, arrêter les autres conditions et modalités de l'opération.

## **POUVOIRS POUR DEPOTS ET FORMALITES.**

La résolution a pour objet de permettre l'accomplissement de toutes formalités légales ou administratives et tous dépôts et publicités prévus par la législation en vigueur.

Les indications sur la marche des affaires sociales, à fournir conformément à la loi, figurent dans le rapport de gestion qui vous a été communiqué.

Conformément aux dispositions des articles R.225-114 et R.225-115 du Code de commerce, nous vous précisons, ci-après, les incidences qu'auraient les émissions autorisées sur la situation des actionnaires de la société, en particulier en ce qui concerne leur quote-part du bénéfice et celle des capitaux propres.

Nous raisonnons sur les comptes consolidés au 31 décembre 2010. À cette date, les capitaux propres par action, après répartition du résultat de l'exercice, s'élèvent à 5,98 euros. Les émissions proposées auront donc pour effet d'augmenter les capitaux propres par action si la moyenne des cours sur la période considérée est supérieure à 5,98 euros. À titre d'information, la moyenne des cours de clôture de l'action était, pour le mois de janvier 2011, de 14,05 euros. Le résultat net par action, pour l'exercice 2010, s'élève à 0,65 euro. Nous ne sommes pas en mesure de chiffrer l'impact des autorisations et délégations en vue d'émission sur le résultat net par action. En effet, le prix ainsi que le montant des opérations ne seront connus que lorsque le Conseil d'Administration décidera d'utiliser ces délégations.

Vous voudrez bien vous prononcer sur les résolutions qui vous sont proposées.

Le Conseil d'Administration.