



LE GROUPE

Rapport d'activité

2014

Sommaire

SOMMAIRE	2
RÉSULTATS	3
Indicateurs financiers	3
Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé	4
Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant trimestriels	5
Détail du chiffre d'affaires publicitaire Groupe (activités poursuivies)	6
Détail du coût des programmes des quatre antennes gratuites par type de programme	6
FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE 2014	7
RAPPORT DE GESTION	10
1. PERFORMANCE FINANCIÈRE	10
2. DÉTAIL PAR ACTIVITÉS	14
3. RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE	23
PERSPECTIVES	25
COMPTES CONSOLIDÉS CONDENSÉS 2014	26
Bilan consolidé	26
Bilan consolidé (suite)	27
Compte de résultat consolidé	28
Etat des produits et charges comptabilisés	29
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	30
Tableau des flux de trésorerie consolidés	31
Notes annexes aux états financiers consolidés condensés	31
CALENDRIER PRÉVISIONNEL	33

Résultats

Indicateurs financiers

Les résultats ci-après sont présentés conformément aux normes IFRS. Les normes IFRS 5 et IFRS 11 conduisent à retraiter les comptes 2013 et ont pour conséquences de ne plus intégrer les contributions détaillées des entités citées ci-dessous et de :

- comptabiliser le résultat net d'Eurosport International directement dans la ligne des activités cédées ou en cours de cession jusqu'au 30 mai 2014, puis la quote-part (49 %) de ce résultat net dans le poste des résultats des entreprises associées à compter du 1^{er} juin 2014 ;
- comptabiliser la quote-part (50 %) nette du résultat de TF6 et Serieclub dans le poste des résultats des entreprises associées.

Le détail de l'application des normes est présenté dans les notes annexes aux états financiers consolidés.

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

<i>en millions d'euros</i>	2014	2013
Chiffre d'affaires consolidé	2 091,8	2 075,3
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 575,5</i>	<i>1 594,3</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>516,3</i>	<i>481,0</i>
Résultat opérationnel courant	116,5	146,7
Résultat opérationnel	116,5	146,7
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	99,9	98,2
Capacité d'autofinancement*	127,5	178,8
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,47	0,47
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,47	0,47
Total capitaux propres part du Groupe	2 003,4	1 703,7
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-) des activités poursuivies	497,0	188,9

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

	2014	2013
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	211 396	210 645
Cours de clôture fin de période (en euros)	12,7	14,0
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,7	3,0

Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

Les contributions ci-après sont présentées après application des normes IFRS 5 et IFRS 11.

en millions d'euros	Contribution au chiffre d'affaires		Contribution au résultat opérationnel courant	
	2014	2013	2014	2013
Antennes & contenus	1 748,8	1 729,0	51,7	101,6
Antennes	1 638,8	1 656,0	36,0	92,8
Contenus	110,0	73,0	15,7	8,8
Services consommateurs	209,6	205,1	14,8	25,3
TF1 Vidéo	56,4	58,0	1,0	0,8
Téléshopping	87,8	85,5	3,2	14,2
TF1 Entreprises	65,4	61,6	10,6	10,3
Offre Payante	125,2	132,0	1,5	3,1
Eurosport France	65,7	67,1	4,1	5,2
Chaînes Thématiques France	59,5	64,9	(2,6)	(2,1)
 Holding et Divers	8,2	9,2	48,5	16,7
TOTAL	2 091,8	2 075,3	116,5	146,7

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant trimestriels

Les contributions ci-après sont présentées après application des normes IFRS 5 et IFRS 11.

en millions d'euros	T1 2014	T1 2013	T2 2014	T2 2013	T3 2014	T3 2013	T4 2014	T4 2013
Chiffre d'affaires trimestriel								
Antennes & contenus	385,3	387,3	480,8	459,0	355,1	347,5	527,6	535,2
Antennes	370,9	374,7	431,5	440,0	339,7	331,9	496,7	509,4
Contenus	14,4	12,6	49,3	19,0	15,4	15,6	30,9	25,8
Services consommateurs	51,1	54,2	40,5	46,4	49,1	47,7	68,9	56,8
TF1 Vidéo	12,4	16,5	8,1	13,4	14,4	13,3	21,5	14,8
Télésourcing	27,4	28,1	20,3	20,3	19,1	18,5	21,0	18,6
TF1 Entreprises	11,3	9,6	12,1	12,7	15,6	15,9	26,4	23,4
Offre Payante	30,9	33,5	32,2	34,8	30,4	31,0	31,7	32,7
Eurosport France	16,1	17,1	17,2	18,2	16,1	15,7	16,3	16,1
Chaînes Thématiques France	14,8	16,4	15,0	16,6	14,3	15,3	15,4	16,6
Holding et Divers	2,4	2,2	2,5	2,3	2,4	2,3	0,9	2,4
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDE	469,7	477,2	556,0	542,5	437,0	428,5	629,1	627,1
Résultat opérationnel courant trimestriel								
Antennes & contenus	3,6	(25,9)	7,9	54,5	(1,8)	2,7	42,0	70,3
Antennes	(0,4)	(26,6)	1,0	52,5	(5,2)	(1,6)	40,6	68,5
Contenus	4,0	0,7	6,9	2,0	3,4	4,3	1,4	1,8
Services consommateurs	5,3	2,9	1,7	1,9	3,4	1,9	4,4	18,6
TF1 Vidéo	0,4	1,4	0,4	1,3	(0,4)	(0,8)	0,6	(1,1)
Télésourcing	2,4	0,9	1,2	(0,5)	0,4	(1,1)	(0,8)	14,9
TF1 Entreprises	2,5	0,6	0,1	1,1	3,4	3,8	4,6	4,8
Offre Payante	(2,3)	(2,0)	(0,8)	2,9	1,5	1,2	3,1	1,0
Eurosport France	(1,5)	(1,7)	0,0	3,9	2,6	0,8	3,0	2,2
Chaînes Thématiques France	(0,8)	(0,3)	(0,8)	(1,0)	(1,1)	0,4	0,1	(1,2)
Holding et Divers	4,3	4,3	4,5	4,0	4,5	4,2	35,2	4,2
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	10,9	(20,7)	13,3	63,3	7,6	10,0	84,7	94,1

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

<i>en millions d'euros</i>	2014	2013
Publicité Antennes & Contenus	1 560,3	1 572,1
dont Télévision	1 476,7	1 488,0
dont Autres Supports	83,6	84,1
Publicité Offre Payante	15,2	22,2
dont Eurosport France	6,9	9,0
dont Chaînes Thématiques France	8,3	13,2
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE GROUPE	1 575,5	1 594,3

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

<i>en millions d'euros</i>	2014	2013
Total coûts de programmes	994,0	946,7
<i>Evénements sportifs</i>	73,7	-
Total hors événements sportifs	920,3	946,7
Variétés / Jeux / Magazines	282,6	285,1
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	318,1	321,9
Sports (hors événements sportifs)	49,9	60,4
Information	103,3	100,8
Films	150,1	161,8
Jeunesse	16,3	16,7

Faits marquants de l'année 2014

Janvier

15 janvier 2014 : lancement de la version numérique de Metronews sur le Kiosque d'Apple.

21 janvier 2014 : signature d'un accord entre TF1 et Discovery Communications, permettant à Discovery de faire passer, par anticipation, sa participation dans Eurosport International de 20 % à 51 %.

27 janvier 2014 : le Label « Relations Fournisseur Responsables » est accordé à TF1, 1^{er} groupe dans le secteur de l'audiovisuel à recevoir ce label qui distingue les entreprises françaises ayant fait preuve de relations durables et équilibrées avec leurs fournisseurs.

Février

15 février 2014 : démarrage de l'exposition *Star Wars Identities*, dont le pôle Spectacles de TF1 Musique est producteur. Organisée à la Cité du Cinéma et présentée pour la première fois en Europe, cette exposition propose au public français un voyage interactif au cœur de la saga « Star Wars ».

Mars

1^{er} mars 2014 : Téléshopping ouvre, dans le centre commercial d'Evry 2 en banlieue parisienne, son quatrième magasin.

3 mars 2014 : TF1 Licences devient agent de deux marques mythiques : *Bécassine*, la plus célèbre des Bretonnes et le *Solex* qui, grâce à un récent *relooking*, retrouve une seconde jeunesse.

6 mars 2014 : le Forum RSE Médias, collectif qui rassemble des responsables RSE de médias français animé par TF1, publie la première édition de son guide pratique « La RSE dans le secteur des médias ».

13 mars 2014 : suite à l'appel à intérêts mis sur le marché en novembre 2013, le groupe TF1, détenteur exclusif des droits de la Coupe du Monde FIFA 2014, a rétrocédé à beIN SPORTS le droit de diffuser l'intégralité des 64 matchs de la compétition, dont 36 en exclusivité. TF1 conserve les 28 plus belles affiches, en exclusivité en clair, dont les matchs de l'Equipe de France, des huitièmes de finale, des quarts de finale, les deux demi-finales et la finale.

21 mars 2014 : lors de la 21^{ème} cérémonie *Anime & Manga Grand Prix*, organisée par le magazine *AnimeLand*, *Les Mystérieuses Cités*

d'Or ont été récompensées dans la catégorie de la meilleure animation internationale. Produite par Blue Spirit Productions, en partenariat avec TF1, la série d'animation est diffusée sur TFOU depuis le 9 décembre 2012. Cette série obtient d'excellents résultats d'audience auprès du jeune public.

Avril

1^{er} avril 2014 : la filiale du groupe, TF1 Licences, a été primée à 3 reprises lors de la cérémonie des Trophées des Marques dans les catégories meilleure licence Sport, meilleure licence Brand, meilleure Innovation.

13 avril 2014 : diffusion de la nouvelle campagne publicitaire de TF1 : *Partageons des ondes positives*.

16 avril 2014 : MYTF1VOD arrive désormais en deuxième place des services VoD déclarés utilisés.

16 avril 2014 : sortie en salles du film *Qu'est-ce qu'on a fait au Bon Dieu ?*, coproduit par TF1 Films Production et TF1 Droits Audiovisuels.

Mai

7 mai 2014 : audition publique devant le CSA relative à la demande de passage en clair de la chaîne LCI.

14 mai 2014 : avec la sélection du film *Grace de Monaco* en ouverture officielle du festival de Cannes, le Groupe bénéficie d'une très belle vitrine cannoise.

30 mai 2014 : finalisation de l'acquisition par Discovery Communications d'une participation de contrôle dans Eurosport International. La participation de Discovery Communications au capital d'Eurosport International passe ainsi de 20 % à 51 %.

Juin

12 juin 2014 : TF1 diffuse en direct la 20^{ème} Coupe du Monde de la FIFA au Brésil avec un dispositif exceptionnel mis en place pour l'occasion.

24 juin 2014 : la chaîne LCI a 20 ans.

24 juin 2014 : l'édition 2014 des TV Notes, organisée par puremedias.com, 20 Minutes et RTL, a élu TF1 chaîne historique préférée des Français pour la deuxième année consécutive.

Juillet

4 juillet 2014 : le quart de finale France-Allemagne rassemble 16,9 millions de téléspectateurs, meilleure audience de la Coupe du Monde et record historique pour une retransmission sportive non diffusée en *prime time*.

11 juillet 2014 : Têleshopping signe un accord stratégique avec Venteo, pour la distribution de ses produits dans la grande distribution. Têleshopping s'associe ainsi à un spécialiste de la vente *instore video*, présent dans plus de 2 700 points de ventes et doté d'une force de vente d'une quarantaine de commerciaux.

29 juillet 2014 : le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel fait part de son refus d'autoriser le passage en clair de LCI.

Août

25 août 2014 : le groupe TF1 signe un accord avec The Walt Disney Company France, portant sur les nouvelles productions des studios Marvel et les prochains films liés à la saga *Star Wars*. Cet accord inclut des droits de diffusion *via* les nouveaux supports de diffusion mobiles et bénéficiera à l'ensemble des chaînes du Groupe.

Septembre

5 septembre 2014 : à l'occasion de la 16^{ème} édition du Grand Prix des Médias CB News, le groupe TF1 a été largement récompensé par les professionnels du secteur, avec sept distinctions dont le prestigieux Trophée Grand Prix des Médias 2014 et celui de la meilleure chaîne de TV. Lors de cette édition, TF1 a également obtenu :

- le prix de la meilleure émission TV de divertissement avec *The Voice*, saison 3 ;
- le prix de la meilleure campagne de pub média avec « Les Ondes positives » ;
- le prix du meilleur coup éditorial ou journalistique avec l'interview exclusive de Vladimir Poutine (en partenariat avec Europe 1) ;
- le prix du meilleur coup publicitaire / opération spéciale avec le dispositif Multicam Visa, déployé par TF1 Publicité et l'agence MEC pendant la Coupe du Monde de la FIFA 2014 ;
- une mention attribuée à *Sacrifice* pour l'émission TV info et doc.

10 septembre 2014 : les groupes TF1 et ITAS entrent en négociations exclusives, avec pour objectif l'acquisition par ITAS TIM, filiale du groupe ITAS, de OneCast, filiale du groupe TF1 ayant une activité dans le secteur de la diffusion des multiplex TNT.

12 septembre 2014 : *Koh Lanta* fait son grand retour sur TF1. Le grand jeu d'aventure familial a réalisé un excellent démarrage en réunissant 6,9 millions de téléspectateurs soit 32 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. L'émission a enregistré un pic d'audience à près de 8 millions de téléspectateurs à 21h50. Il s'agit du meilleur lancement de *Koh Lanta* en part d'audience depuis 2009.

22 septembre 2014 : pour aider les annonceurs à aller plus loin dans l'impact de leur campagne, TF1 Publicité lance une offre baptisée *Real time advertising*. Cette innovation permet aux annonceurs d'enrichir et de personnaliser leur campagne publicitaire dans un délai quasi instantané. L'annonceur a ainsi la possibilité de modifier un spot existant en remplaçant certains éléments tels que des textes, photos, vidéos, couleurs, etc.

Octobre

8 octobre 2014 : TF1 remporte le Grand Prix de la Transparence 2014 en reconnaissance de la qualité de l'information réglementée diffusée (document de référence, rapport financier semestriel, site Internet et Avis de convocation à l'Assemblée Générale annuelle).

13 octobre 2014 : les 10^{èmes} Rencontres Internationales de la Diversité (RID) ont récompensé la Direction des Achats de TF1, dans la catégorie « Achats responsables et Diversité ».

15 octobre 2014 : le groupe TF1 annonce prendre part à l'alliance pan-européenne de *Media for Equity*, autour du groupe allemand ProSiebenSat.1.

21 octobre 2014 : lors de la cérémonie du Trophée des Apps, TF1 a reçu le prix de la meilleure application second écran pour MYTF1 et Metronews celui de la meilleure application d'information.

23 octobre 2014 : LCI prend acte de la décision du Juge des référés près le Conseil d'Etat du rejet de son recours en suspension de la décision rendue le 29 juillet 2014 par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA), refusant d'agréer son passage en clair à compter du 1^{er} janvier 2015.

30 octobre 2014 : le groupe TF1 finalise la cession au groupe ITAS de la totalité du capital de sa filiale OneCast spécialisée dans la diffusion pour les multiplex TNT.

Novembre

14 novembre 2014 : TF1 et YouTube annoncent avoir mis fin au contentieux judiciaire qui les oppose depuis plusieurs années lié à la présence sur YouTube de contenus et programmes du groupe TF1 postés par les utilisateurs.

28 novembre 2014 : dans la continuité de sa démarche RSE, TF1 se dote d'un Code d'Ethique pour le Groupe.

Décembre

2 décembre 2014 : le Tribunal de Grande Instance de Paris condamne la société Dailymotion à payer aux sociétés TF1, LCI, TF1 Vidéo et e-TF1 une somme totale supérieure à 1,3 million d'euros de dommages et intérêts en réparation des nombreux manquements à ses obligations au titre de la Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique (LCEN).

16 décembre 2014 : le jury des *Social media awards* a décerné deux prix à TF1, l'un pour l'émission spéciale du 6 novembre avec François Hollande diffusée sur MYTF1News, l'autre pour le dispositif *Multicam* sur MYTF1 pendant la dernière Coupe du Monde de football.

19 décembre 2014 : la Fondation d'entreprise de TF1 a signé avec le ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports et le préfet du Val d'Oise, une convention favorisant l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers.

31 décembre 2014 : TF1 réalise 95 des 100 meilleures audiences de l'année 2014.

Rapport de gestion

Boulogne-Billancourt, le 18 février 2015

Changement de méthode comptable

Au cours de l'année 2014, le Groupe a appliqué pour la première fois les normes IFRS 10, 11 et 12 dont l'incidence principale pour le groupe TF1 est le changement de méthode de consolidation des entités TF6 et Serieclub en sociétés mises en équivalence (cf. notes 2.2 et 2.3 des annexes aux comptes consolidés).

Par ailleurs, le Groupe n'a pas procédé à d'autres changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2.2.1 des annexes aux comptes consolidés, applicables à compter du 1^{er} janvier 2014 et qui sont sans incidences significatives sur les comptes.

1. Performance financière

1.1. Chiffre d'affaires

Au 31 décembre 2014, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 2 091,8 millions d'euros, en hausse de 16,5 millions d'euros (+ 0,8 %) par rapport à l'année 2013.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'inscrit en retrait de 1,2 %, pour atteindre 1 575,5 millions d'euros.

Il se compose de :

- 1 476,7 millions d'euros de revenus publicitaires pour les 4 chaînes en clair du Groupe. Le chiffre d'affaires est en baisse de 0,8 % sur un an dans un contexte d'offre étendue, du fait notamment de la montée en puissance des chaînes de la TNT. Après 9 premiers mois stables (+ 0,3 % au premier trimestre, - 2,2 % au deuxième trimestre, + 2,6 % au troisième trimestre), les revenus publicitaires des 4 chaînes en clair du Groupe reculent de - 2,5 % au quatrième trimestre. Les prix ont continué à être affectés par un volume de publicité offert sur le marché en hausse, dans un contexte économique qui ne s'est pas amélioré sur la fin de l'année, les annonceurs restant particulièrement vigilants sur leurs investissements.

- 83,6 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, en recul de 0,6 % sur un an. La performance des activités de régie pour compte de tiers et la publicité digitale ne permettent pas de compenser le recul du chiffre d'affaires publicitaire de Metronews ;
- 15,2 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux supports du secteur Offre Payante, en baisse de 31,5 % par rapport à l'année 2013. Ce recul s'inscrit dans le contexte d'un environnement fortement concurrentiel, les six nouvelles chaînes de la TNT ayant considérablement accru l'offre d'espaces publicitaires disponibles.

Le chiffre d'affaires non publicitaire du Groupe à fin décembre 2014 s'élève à 516,3 millions d'euros, en progression de 35,3 millions d'euros (+ 7,3 %) par rapport à l'année précédente.

Il comprend la comptabilisation de 30 millions d'euros de chiffre d'affaires lié à la revente à beIN SPORTS de droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2014. La croissance est également portée par le succès commercial des Contenus, de TF1 Entreprises ainsi que de Téléshopping.

1.2. Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Au 31 décembre 2014, le coût des programmes des 4 chaînes en clair du groupe TF1 s'élève à 994,0 millions d'euros contre 946,7 millions d'euros un an plus tôt, soit une hausse de 47,3 millions d'euros. Cette augmentation inclut 73,7 millions d'euros liés à la diffusion de 28 matchs de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 sur TF1 au cours des deuxième et troisième trimestres 2014.

Le coût des programmes à fin décembre 2014 hors événements sportifs est ainsi en économie significative de 26,4 millions d'euros, qui s'explique principalement par :

- les économies réalisées sur les programmes remplacés par la diffusion de matchs de la Coupe du monde, à hauteur de 15,4 millions d'euros aux mois de juin et juillet ;
- 10 millions d'euros d'économies récurrentes réalisées dans le cadre de la Phase II du plan d'optimisation.

Le coût des programmes du quatrième trimestre 2014 s'élève à 272,5 millions d'euros, en augmentation de 17,0 millions d'euros sur un an. Cette hausse s'explique, d'une part, par une base de comparaison défavorable (des économies non-récurrentes importantes avaient été réalisées lors du quatrième trimestre 2013) et d'autre part, par un rattrapage des décalages de programmation du premier trimestre 2014.

A fin décembre 2014, les autres charges, amortissements et provisions sont en économie de 0,6 million d'euros. Les économies réalisées sur les charges de personnel et le gain lié à la réclamation sur la taxe SMS ont permis de compenser la charge liée aux droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 destinés à être revendus.

Au quatrième trimestre, les autres charges sont en diminution de 5,6 millions d'euros. La provision enregistrée pour moins-value de cession des droits de la Coupe du Monde de rugby 2015 est plus que compensée par la plus-value réalisée suite à la cession de OneCast.

Conformément aux engagements pris dans le cadre de la Phase II de son plan d'optimisation lancé en 2012, le Groupe a généré, en 2014, 29 millions d'euros d'économies récurrentes dont 10 millions d'euros sur le coût des programmes de TF1 (dont 3 millions d'euros au quatrième trimestre) et 19 millions d'euros au titre de la productivité (dont 7 millions d'euros au quatrième trimestre).

Au total, depuis mi-2012, ce sont 85 millions d'euros d'économies récurrentes qui ont été réalisées. L'objectif de la Phase II du plan d'optimisation a donc été atteint conformément au calendrier prévu.

1.3. Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du Groupe à fin décembre 2014, incluant 73,7 millions d'euros de coûts des programmes liés à la Coupe du Monde de la FIFA 2014, s'élève à 116,5 millions d'euros contre 146,7 millions d'euros en 2013.

Le taux de marge opérationnelle s'établit à 5,6 % contre 7,1 % un an plus tôt.

Le résultat opérationnel courant du quatrième trimestre s'élève à 84,7 millions d'euros, contre 94,1 millions d'euros un an plus tôt.

Le taux de marge opérationnelle s'établit à 13,5 % contre 15,0 % un an plus tôt.

1.4. Résultat net

Le coût de l'endettement financier net du Groupe s'établit à + 1,1 million d'euros en 2014, le Groupe ayant été en trésorerie positive sur l'année.

Les autres produits et charges financiers s'établissent à + 0,3 million d'euros à fin 2014, principalement dus à la revalorisation des instruments de couverture de change.

La charge d'impôt s'élève sur la période à 29,8 millions d'euros contre 45,2 millions d'euros enregistrée un an plus tôt.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence augmente de 14,5 millions d'euros, pour atteindre 15,0 millions d'euros. Elle intègre la quote-part de résultat d'Eurosport International pour les mois de juin à décembre 2014 à la suite de la cession du contrôle de la société à Discovery Communications intervenue le 30 mai 2014. En application de la norme IFRS 11, elle prend également en compte la quote-part du résultat net de TF6 et Serieclub, auparavant comptabilisée suivant la méthode de l'intégration proportionnelle. A l'instar des chaînes payantes du Groupe, le résultat de TF6 et Serieclub est affecté par la concurrence des chaînes de la TNT sur le marché publicitaire.

Le résultat net des activités poursuivies s'établit ainsi à 103,1 millions d'euros, en baisse de 0,1 million d'euros.

Le résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession s'élève à 315,9 millions d'euros. Il est constitué du résultat net d'Eurosport International pour les mois de janvier à mai 2014, ainsi que de la plus-value liée à la cession du contrôle d'Eurosport à Discovery Communications, intervenue le 30 mai 2014, qui représente 299,5 millions d'euros.

Le résultat net s'établit ainsi à 419,0 millions d'euros à fin décembre 2014.

La part du résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle s'élève à 6,3 millions d'euros, en retrait de 8,4 millions d'euros sur un an. Cette baisse résulte de la comptabilisation de la quote-part de résultat d'Eurosport International dans les résultats des entreprises associées à partir du 30 mai 2014. Ainsi, ce résultat comprend la participation à hauteur de 20 % de Discovery Communications dans les chaînes thématiques payantes du groupe TF1. Il inclut également la quote-part de résultat d'Eurosport International revenant à Discovery Communications au titre des mois de janvier à mai 2014.

Le résultat net part du Groupe au 31 décembre 2014 s'élevé ainsi à 412,7 millions d'euros contre 137,0 millions d'euros un an plus tôt.

1.5. Structure Financière

Le total des capitaux propres part du Groupe s'élevé à 2 003,4 millions d'euros pour un total bilan de 3 724,0 millions d'euros.

A fin décembre 2014, la trésorerie nette sur les activités poursuivies s'établit à 497,0 millions d'euros, contre 188,9 millions d'euros à fin décembre 2013.

Le Groupe a notamment enregistré en 2014 :

- le solde de la réduction de capital de Groupe AB effectuée en 2013 ;
- la cession de 31 % d'Eurosport International à Discovery Communications, intervenue le 30 mai 2014 ;
- la cession de OneCast intervenue le 30 octobre 2014.

Au 31 décembre 2014, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 905 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires.

Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul. Ce portefeuille de lignes de crédit est renouvelé régulièrement en fonction des tombées d'échéance des lignes afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

1.6. Retour aux actionnaires

Afin de rémunérer les capitaux investis, le Conseil d'Administration propose à l'Assemblée Générale Mixte du 16 avril 2015 :

- d'une part, de verser un **dividende de 1,50 euro par action**, qui se compose :
 - ✓ d'une **partie ordinaire de 0,28 euro par action** ;
 - ✓ d'une **partie extraordinaire de 1,22 euro par action**, à la suite de la cession du contrôle, par le groupe TF1, de sa filiale Eurosport International.

Les dates de détachement, d'arrêtés des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 24 avril, 27 avril et 28 avril 2015.

- d'autre part, de **procéder à un programme de rachat d'actions, pour un montant de 60 millions d'euros**, sur la base de la résolution

proposée à l'Assemblée Générale du 16 avril prochain¹.

A l'issue de ces opérations, le niveau de trésorerie nette restera conséquent et pourra permettre au Groupe de financer les **investissements nécessaires à son développement**.

1.7. Point social

Au 31 décembre 2014, le groupe TF1 compte 2 694 collaborateurs en CDI contre 2 764 à fin 2013.

1.8. Gouvernance

Sur avis du Comité de sélection, le Conseil d'Administration proposera aux actionnaires, lors de l'Assemblée Générale Mixte du 16 avril 2015, le renouvellement des mandats des Administrateurs, qui arrivent à expiration lors de cette Assemblée Générale, suivant un échelonnement recommandé par l'AFEP-MEDEF.

Les mandats de Claude Berda, Gilles Pélisson et Olivier Roussat sont proposés au renouvellement pour 1 an (jusqu'à l'Assemblée Générale 2016), les mandats d'Olivier Bouygues, Catherine Dussart et Nonce Paolini pour 2 ans (jusqu'à l'Assemblée Générale 2017) et les mandats de Martin Bouygues, Laurence Danon et de la société Bouygues pour 3 ans (jusqu'à l'Assemblée Générale 2018).

Le Conseil d'Administration continuerait de compter 4 administrateurs indépendants (40 %) et 3 femmes parmi les administrateurs non représentants du personnel, en sus des 2 administratrices représentant le personnel.

Le Conseil d'Administration de TF1 a décidé, lors de sa séance du 18 février 2015, de maintenir le principe « une action - une voix ». Dans cette perspective, une modification des statuts de TF1 sera soumise à l'approbation de la prochaine Assemblée Générale Mixte, le 16 avril 2015.

Par ailleurs, il est rappelé que TF1 fait l'objet d'une réglementation spécifique en tant que service de communication audiovisuelle soumis à autorisation. De ce fait, la question de la neutralité du Conseil d'Administration en période d'offre publique ainsi que les mesures anti-OPA sont sans objet, s'agissant de TF1.

¹ Cette résolution, soumise au vote de l'Assemblée Générale du 16 avril 2015, dispose des mêmes caractéristiques que la 9^{ème} résolution adoptée par l'Assemblée Générale du 17 avril 2014.

En effet, un changement de la composition du capital de TF1 ou de Bouygues pourrait, le cas échéant, remettre en cause l'autorisation d'exploiter un service national de télévision diffusé par voie hertzienne terrestre dont bénéficie TF1, voire impliquer le retrait de cette autorisation par le CSA. En effet, l'article 41-3 2° de la loi du 30 septembre 1986 régissant la communication audiovisuelle précise que toute personne physique ou morale qui contrôle, au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce, une société titulaire d'une telle autorisation, ou qui a placé celle-ci sous son autorité ou sa dépendance, est regardée comme titulaire d'une autorisation ; l'article 42-3 ajoute que l'autorisation peut être retirée sans mise en demeure préalable, en cas de modification substantielle des données au vu desquelles l'autorisation avait été délivrée, notamment des changements intervenus dans la composition du capital social

1.9. Performances boursières

Au 31 décembre 2014, l'action TF1 clôture à 12,72 euros, soit une baisse de 9,2 % sur un an, à comparer à une baisse de 0,5 % pour l'indice CAC 40 et une hausse de 0,7 % pour le SBF 120. Sur 2 ans, l'action TF1 progresse de 43,7 %, à comparer à une hausse de 17,3 % pour l'indice CAC 40 et une hausse de 20,3 % pour le SBF 120.

1.10. Actionnariat

	Situation au 31 décembre 2014		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,5 %	43,5 %
Salariés TF1	14 559 298	6,9 %	6,9 %
<i>dont FCPE TF1</i>	14 386 411	6,8 %	6,8 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	172 887	0,1 %	0,1 %
Flottant étranger (2)	73 704 536	34,8 %	34,8 %
Flottant France (1) (2)	31 318 633	14,8 %	14,8 %
Autodétention	-	0,0 %	0,0 %
Total	211 528 764	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2013		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,5 %	43,5 %
Salariés TF1	14 707 698	7,0 %	7,0 %
<i>dont FCPE TF1</i>	14 543 101	6,9 %	6,9 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	164 597	0,1 %	0,1 %
Flottant étranger (2)	78 671 183	37,2 %	37,2 %
Flottant France (1) (2)	25 934 835	12,3 %	12,3 %
Autodétention	-	0,0 %	0,0 %
Total	211 260 013	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2012		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,7 %	43,7 %
Salariés TF1	15 261 434	7,2 %	7,2 %
<i>dont FCPE TF1</i>	15 176 013	7,2 %	7,2 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	85 421	0,0 %	0,0 %
Flottant étranger (2)	76 846 349	36,5 %	36,5 %
Flottant France (1) (2)	26 570 241	12,6 %	12,6 %
Autodétention	-	0,0 %	0,0 %
Total	210 624 321	100,0 %	100,0 %

(1) incluant les porteurs non-identifiés

(2) estimations relevé Euroclear

Le Conseil d'Administration de TF1 a décidé, lors de sa séance du 18 février 2015, de maintenir le principe « une action - une voix ». Dans cette perspective, une modification des statuts de TF1 sera soumise à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte du 16 avril 2015.

1.11. Evolution du capital

A la suite d'exercice de stock-options, 268 751 actions ont été créées au cours de l'année 2014.

Après prise en compte de ces éléments, le nombre d'actions et le nombre de droits de vote s'élèvent à 211 528 764 au 31 décembre 2014.

Le montant du capital est de 42 305 752,80 euros.

Par ailleurs, le Conseil d'Administration a constaté l'exercice de 58 000 options de souscription entre le 1^{er} janvier 2015 et le 18 février 2015.

1.12. Evénements survenus depuis la clôture

La description des événements survenus depuis la clôture est disponible à la note 35 des annexes aux comptes consolidés au 31 décembre 2014.

2. Détail par Activités

2.1. ANTENNES ET CONTENUS

Chiffre d'affaires (M€)	2014	2013	Var. %
Antennes	1 638,8	1 656,0	- 1,0 %
dont Publicité TV	1 476,7	1 488,0	- 0,8 %
dont Publicité autres supports	83,6	84,1	- 0,6 %
dont Autres CA	78,5	83,9	- 6,4 %
Contenus	110,0	73,0	+ 50,7 %
Antennes & Contenus	1 748,8	1 729,0	+ 1,1 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2014	2013	Var. M€
Antennes	36,0	92,8	(56,8)
Contenus	15,7	8,8	+ 6,9
Antennes & Contenus	51,7	101,6	(49,9)

Le chiffre d'affaires du pôle Antennes et Contenus s'établit à 1 748,8 millions d'euros, en hausse de 1,1 % sur l'exercice 2014.

Le résultat opérationnel courant est en diminution de 49,9 millions d'euros. Il intègre notamment une charge de 73,7 millions d'euros relative à la diffusion des 28 matchs de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 au cours des deuxième et troisième trimestres.

Au quatrième trimestre 2014, le chiffre d'affaires du secteur Antennes et Contenus recule de 1,4 % à 527,6 millions d'euros. Le résultat opérationnel courant s'élève à 42,0 millions d'euros, contre 70,3 millions d'euros un an plus tôt.

2.1.1. Antennes

Au cours de l'année 2014, le chiffre d'affaires des Antennes a enregistré un retrait de 1,0 % et s'élève à 1 638,8 millions d'euros, dont 1 560,3 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire (- 0,8 % sur un an) et 78,5 millions d'euros de chiffre d'affaires non publicitaire (- 6,4 %).

En 2014, le résultat opérationnel courant baisse de 56,8 millions d'euros pour s'établir à 36,0 millions d'euros. Il inclut 73,7 millions d'euros de coûts des programmes liés à la diffusion de 28 matchs de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 sur TF1 au cours des deuxième et troisième trimestres.

Chiffre d'affaires publicitaire¹

Au cours de l'année 2014, les investissements publicitaires plurimedia bruts se sont élevés à 30,9 milliards d'euros.

Il est à noter que ce chiffre résulte d'une nouvelle méthodologie de mesure des investissements sur Internet, ce qui ne rend pas possible les comparaisons d'une année à l'autre.

Hors Internet, les investissements plurimédia sont en hausse de 3,4 % à 25,6 milliards d'euros.

- La télévision reste le premier media investi et voit ses investissements bruts augmenter de 9,7 % sur l'année 2014, pour atteindre 10,5 milliards d'euros, soit une part de marché de 34,1 %.

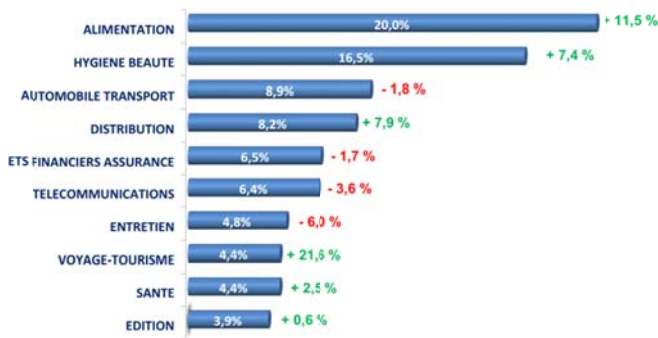
Les investissements sur la TNT gratuite, hors chaînes historiques, continuent de croître à un rythme élevé (+ 19,0 %), sous l'effet de la pénétration croissante des 6 nouvelles chaînes HD lancées en décembre 2012. Les recettes brutes de la télévision historique progressent quant à elles de 5,0 %.

- La presse reste le second média investi en France, avec des recettes brutes de 7,3 milliards d'euros sur l'ensemble de l'année 2014, en baisse de 2,3 % par rapport à 2013. La part de marché du média s'établit à 23,5 %.
- La radio bénéficie d'une hausse de 2,5 % de ses recettes brutes, qui s'élèvent à 4,7 milliards d'euros.
- L'affichage est quasi stable à 2,7 milliards d'euros (- 0,7 % sur un an), tandis que le cinéma marque une baisse de 2,7 % à 408,8 millions d'euros.
- Les investissements sur Internet s'élèvent à 5,3 milliards d'euros, soit une part de marché de 17,1 %.

Les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes annuelles augmenter de 4,5 % sur un an.

L'évolution des investissements publicitaires bruts par secteur, réalisés sur ces quatre chaînes au cours de l'année 2014, est présentée ci-dessous.

¹ Investissements plurimedia hors sponsoring 2014 (6 médias, dont Internet)



Source : Kantar Média, janvier-décembre 2014 vs. janvier-décembre 2013.

Le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes en clair du Groupe est en léger recul (- 0,8 %) sur l'année 2014, tandis que le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports du secteur Antennes recule de 0,6 %, la performance de la régie publicitaire sur les activités pour compte de tiers ne compensant pas entièrement la baisse des investissements publicitaires sur Metronews.

Les revenus publicitaires des 4 chaînes en clair du Groupe au quatrième trimestre 2014 sont en baisse de 2,5 %. La durée de publicité diffusée sur les chaînes du Groupe a augmenté, mais dans une moindre mesure que celle observée chez les autres acteurs du marché.

- **Antennes en clair¹**

Marché

Au cours de l'année 2014, la durée d'écoute de la télévision reste à un niveau élevé et atteint 3 heures 41 minutes pour les Individus âgés de 4 ans et plus et 3 heures 37 minutes pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Ces données n'intègrent pas le temps passé à regarder la télévision sur des écrans secondaires (ordinateurs, tablettes, *smartphones*...) en *live* ou en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile (résidences secondaires, lieux publics, etc.), tous supports confondus. Il est toutefois à noter que depuis le 29 septembre 2014, Médiamétrie mesure quotidiennement l'audience réalisée en *catch-up* sur IPTV, qui est donc intégrée dans la durée d'écoute à partir du quatrième trimestre 2014.

Les 6 nouvelles chaînes TNT HD lancées le 12 décembre 2012 continuent leur déploiement et étaient disponibles potentiellement auprès de plus de 74,7 % des foyers français au 31 décembre 2014. Au cours de l'année 2014, la part d'audience cumulée de ces chaînes s'est élevée à 3,8 % des individus âgés de 4 ans et plus et à

5,0 % des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Ces performances illustrent la montée en puissance de ces chaînes, dont les parts d'audience constatées sur ces cibles étaient respectivement de 2,3 % et 3,1 % à fin 2013.

Audiences

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

Alors que la programmation est toujours très compétitive sur l'ensemble des 25 chaînes gratuites disponibles sur la TNT gratuite, les quatre chaînes en clair du Groupe réalisent une bonne performance, notamment grâce à la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 sur TF1.

Sur l'ensemble de l'année 2014, la part d'audience cumulée de ces chaînes atteint 28,7 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 0,2 point un an). Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, la part d'audience cumulée s'améliore à 32,7 % contre 32,6 % un an auparavant.

TF1

TF1 reste la chaîne largement *leader* en France. Sa part d'audience progresse à 22,9 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (contre une part d'audience de 22,8 % en moyenne en 2013). Cette performance d'audience s'explique en partie par la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 sur TF1 aux mois de juin et juillet. Il convient également de noter que la concurrence a été particulièrement vive en début d'année 2014, notamment avec la diffusion des Jeux Olympiques d'hiver diffusés sur les chaînes du service public au cours du premier trimestre. La part d'audience réalisée auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats atteint 25,0 % contre 25,2 % en 2013.

Sur l'ensemble de l'année, l'écart moyen avec son principal concurrent privé s'établit à 12,8 points sur les Individus âgés de 4 ans et plus, contre 12,2 points un an plus tôt.

TF1 continue à innover avec succès et confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social. La chaîne reste très largement fédératrice et comptabilise, sur l'ensemble de l'année, 95 des 100 plus hauts niveaux d'audience observés sur la télévision en France.

¹ Source : Médiamétrie – Médiamat.

En 2014, la chaîne TF1 a rassemblé en moyenne 6,0 millions de téléspectateurs en *prime time* soit le double de son premier concurrent privé, qui réalise une moyenne de 2,9 millions de téléspectateurs.

Enfin, la chaîne conserve sa première place dans tous les genres de programmes :

Le divertissement : *Les Enfoirés* ont rassemblé 13,0 millions de téléspectateurs le 14 mars, avec une part d'audience de 62 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La 3^{ème} saison de *The Voice* a rassemblé jusqu'à 10,1 millions de téléspectateurs, record d'audience pour un divertissement depuis mai 2007. La diffusion de l'élection de Miss France 2015 a également battu son record d'audience depuis 2006, avec 8,6 millions de téléspectateurs.

La série américaine : *Mentalist* a rassemblé jusqu'à 10,5 millions de téléspectateurs.

La fiction française : le genre continue à se renouveler. *Ce soir, je vais tuer l'assassin de mon fils* a rassemblé 8,3 millions de téléspectateurs, record pour une fiction unitaire depuis janvier 2011.

Le cinéma : TF1 a réalisé ses meilleures audiences pour un film depuis novembre 2010, avec *Intouchables* et *Bienvenue chez les Ch'tis*, qui ont respectivement attiré jusqu'à 13,9 et 11,5 millions de téléspectateurs.

L'information sur TF1 confirme son *leadership*. Les *Journaux Télévisés* de la chaîne restent les plus fédérateurs d'Europe. Le *Journal Télévisé* de 20 heures a attiré jusqu'à 10,8 millions de téléspectateurs (un record depuis septembre 2011).

Le *Journal Télévisé* de 13 heures, quant à lui, réalise une moyenne de 5,8 millions de téléspectateurs (soit 3 millions de plus que l'édition de France 2) et 42 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Les soirées électorales qui ont eu lieu en mars et en mai ont été particulièrement suivies : 4,7 millions de téléspectateurs en moyenne pour les deux tours des municipales et 6,2 millions pour l'émission spéciale élections européennes. L'émission spéciale diffusée à l'occasion des commémorations du 6 juin 1944 a rassemblé 2,5 millions de téléspectateurs – en après-midi – soit une part d'audience de 27 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Coupe du Monde de la FIFA 2014

En juin et juillet 2014, TF1 a diffusé la Coupe du Monde de la FIFA 2014, événement majeur pour le Groupe, qui s'est déroulée au Brésil. Tout au long de cette compétition, le groupe TF1 a réalisé d'excellentes performances sur ses différents canaux.

Les 28 matchs diffusés sur TF1 ont réuni 9 millions de téléspectateurs en moyenne, soit une part d'audience de 46 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Cette Coupe du Monde est ainsi la deuxième meilleure en termes d'audience après celle de 2006 (au cours de laquelle l'Equipe de France avait atteint la finale). La meilleure audience de la compétition a été réalisée lors de la diffusion du quart de finale opposant la France à l'Allemagne, avec 16,9 millions de téléspectateurs en *Access* et 72 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. La finale opposant l'Argentine à l'Allemagne, vainqueur de la compétition, a rassemblé quant à elle 13,6 millions de téléspectateurs.

Cet événement planétaire a aussi connu un grand succès sur les déclinaisons digitales innovantes proposées par TF1 à ses publics. TF1 a ainsi développé un dispositif 2nd écran sans précédent, au travers du contrôle du direct en *multi-cam via* 6 caméras mises à disposition des internautes, des statistiques et les meilleures actions en vidéo à revoir quelques minutes après leur diffusion (le *Mur des Buts*). Sur l'ensemble de la compétition, pas moins de 32 millions de vidéos ont été vues sur les supports du Groupe, dont 15 millions en *live* et 17 millions pour la *catch-up* et pour les bonus. A noter qu'à elle seule, la finale a engendré plus de 900 000 lectures *live* (meilleur score hors Equipe de France et match d'ouverture). La stratégie 360 déployée autour de l'événement a ainsi été un réel succès.

En termes financiers, l'impact de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 sur le coût des programmes du Groupe, incluant les droits et les coûts de production, s'élève à 73,7 millions d'euros (dont 69,0 millions d'euros de droits et 4,7 millions d'euros de coûts de production) pour la diffusion de 28 matchs, soit un coût moyen par match de 2,6 millions d'euros (contre 2,9 millions d'euros en 2010).

TMC

Dans un environnement concurrentiel caractérisé par de forts investissements en programmes, en particulier de la part des chaînes concurrentes de la TNT, TMC affiche en 2014 une part d'audience de 3,1 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, contre 3,4 % un an plus tôt. La part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans

Responsables des Achats résiste et se stabilise à 3,7 %.

TMC reste puissante en *prime time* avec une moyenne de plus de 700 000 téléspectateurs sur l'année 2014.

L'offre cinéma affiche toujours de très bons scores avec un record en 2014 de 2,0 millions de téléspectateurs pour le *Transporteur 2*.

Les séries performent avec notamment des épisodes inédits d'*Hercule Poirot* qui ont réuni 1,5 million de téléspectateurs et *Les Experts Manhattan* (1,2 million de téléspectateurs). TMC réalise par ailleurs d'excellents scores sur les magazines avec un record d'audience pour *90' enquêtes* (jusqu'à 1,3 million de téléspectateurs).

NT1

En 2014, NT1 réalise une part d'audience moyenne de 1,8 % sur les individus âgés de 4 ans et plus (- 0,3 point sur un an) et de 2,7 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (- 0,2 point).

La chaîne est particulièrement puissante sur le cinéma et a rassemblé jusqu'à 1,6 million de téléspectateurs avec le film *X-Men Origins Wolverine*, qui constitue la meilleure audience de NT1 en 2014.

La chaîne est par ailleurs très performante sur le divertissement avec par exemple *Le Bachelor*, qui a réuni 1,1 million de téléspectateurs pour le final de la saison. Enfin, l'offre de séries américaines obtient d'excellents scores avec notamment *Client List* (jusqu'à 12 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats), *How I Met Your Mother* et *Walking Dead*.

HD1

Lancée en décembre 2012 parmi les 6 chaînes de la TNT HD, HD1 est consacrée à la narration sous toutes ses formes. En 2014, la chaîne réalise 0,9 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus et 1,3 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

HD1 rassemble 225 000 téléspectateurs en moyenne en *prime time*, grâce au cinéma (*L'arme fatale III*, 699 000 téléspectateurs), la fiction française (*Section de recherches*, 713 000 téléspectateurs) ou des séries américaines comme *Dr House* (333 000 téléspectateurs).

HD1 confirme donc son lancement réussi. Sa montée en puissance se poursuit au fur et à mesure de son déploiement géographique, qui touche à son terme. A fin décembre 2014, le taux d'initialisation de la chaîne était de 74,7 %.

• e-TF1

Le groupe TF1 a poursuivi sa stratégie d'innovation digitale grâce à des liens toujours plus étroits entre ses antennes et plateformes digitales, notamment sur les programmes forts de TF1 comme l'information et le divertissement.

La vidéo en ligne continue d'afficher de très bonnes performances sur MYTF1.fr, en particulier grâce aux bonnes audiences de la Coupe du Monde FIFA 2014. Médiamétrie effectuée depuis le 29 septembre 2014 une mesure quotidienne de l'audience sur IPTV, permettant de disposer d'une information plus complète des usages des téléspectateurs sur les différents supports.

En novembre 2014, le groupe TF1 se positionne comme 4^{ème} groupe en termes de temps passé sur ses vidéos, aux côtés des géants internationaux¹.

Le chiffre d'affaires recule de 3,9 % sur la période à 98,9 millions d'euros. Les très bonnes performances réalisées à l'occasion de la Coupe du Monde de la FIFA n'ont pas entièrement compensé le recul des recettes d'interactivités enregistré en début d'année, en lien avec une programmation moins favorable en 2014 qu'en 2013. Le résultat opérationnel courant s'élève à 21,2 millions d'euros (+ 0,1 million d'euros). Le taux de marge opérationnelle courante progresse donc à 21,4 % contre 20,5 % un an plus tôt.

• Autres supports

Publications Metro France²

Le marché publicitaire brut de la presse est une nouvelle fois en recul de 3,2 % par rapport à l'année 2013³.

Le marché des quotidiens gratuits d'information est très concurrentiel avec 3 acteurs en France : 20 minutes, Metronews et Direct Matin.

Dans ce contexte, la transformation digitale du quotidien gratuit se poursuit et se traduit en termes d'audience : Metronews est la 2^{ème} application d'actualités la plus utilisée en France, 11 millions d'utilisateurs fréquentent la marque chaque mois sur ses différents supports.

La hausse continue de l'audience du site Metronews engendre une nette croissance du

¹ Source : Médiamétrie NetRatings – Novembre 2014

² Sources : études One Global octobre 2014 et Médiamétrie MNR-PIM juin 2014.

³ Investissements plurimedia hors sponsoring 2014 (6 médias, dont Internet)

chiffre d'affaires Internet. Toutefois, celle-ci ne permet pas de compenser la réduction du chiffre d'affaires du support papier, due en large partie à la forte pression sur les prix que connaît le marché de la presse gratuite. Les efforts menés sur la base de coûts permettent de limiter l'impact de la baisse du chiffre d'affaires total sur le résultat opérationnel courant.

TF1 Publicité (Régie hors-groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors-groupe) a enregistré une hausse de son activité en 2014.

2.1.2. Contenus

Le chiffre d'affaires de l'activité Contenus s'élève en 2014 à 110,0 millions d'euros, soit une hausse de 37,0 millions d'euros sur un an. Il inclut 30 millions d'euros de chiffre d'affaires lié à la revente à beIN SPORTS de droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2014. Le résultat opérationnel courant ressort à 15,7 millions d'euros, contre 8,8 millions d'euros un an plus tôt.

Marché du cinéma¹

L'année 2014 a vu la fréquentation cinématographique progresser de 7,7 %, le nombre d'entrées en salles s'établir à 208,4 millions. Ce résultat est très au-dessus du niveau moyen des dix dernières années (196,5 millions). Les films français ont réalisé de bonnes performances, leur part de marché s'établir à 44,0 % contre 33,8 % en 2013, plus haut niveau depuis 2008.

- **TF1 Droits Audiovisuels**

L'activité de TF1 Droits Audiovisuels affiche une hausse sur l'exercice 2014, due notamment à un bon niveau de recettes provenant de films de catalogue et à l'exploitation de dix films en salles, dont *Dallas Buyers Club* (récompensé par 3 Oscars) et *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*, qui a totalisé 12,2 millions d'entrées après être resté à l'affiche durant 25 semaines. Ceci se traduit par une très nette amélioration du résultat opérationnel courant sur l'exercice.

- **TF1 Production**

La contribution de TF1 Production au chiffre d'affaires du secteur Contenus est en retrait, du fait d'une nette hausse de l'activité intra-groupe en 2014. 571 heures de programmes ont en effet été livrées, soit une hausse de + 175 heures par

rapport à l'exercice 2013, dont + 108 heures attribuables à la chaîne TF1. Cette hausse s'explique notamment par les productions livrées à TF1 dans le cadre de la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

La contribution au résultat opérationnel du Groupe est quant à elle en hausse, en lien avec un mix produits favorable sur les divertissements, un effet volume sur certains programmes sportifs, ainsi qu'une réduction des coûts suite à des réformes structurelles importantes.

- **TF1 Films Production**

Au cours de l'exercice 2014, 18 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles (contre 19 en 2013), cumulant 37,7 millions d'entrées (contre 18,4 millions en 2013). Neuf de ces films ont dépassé le million d'entrées :

Film	Date de sortie	Nombre d'entrées
La Belle et la bête	12/02/2014	1 826 779
Supercondriaque	26/02/2014	5 268 599
Non-Stop	26/02/2014	1 233 868
Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?	16/04/2014	12 236 166
Barbecue	30/04/2014	1 590 983
Lucy	06/08/2014	5 201 019
Samba	15/10/2014	3 108 923
Tu veux ou tu veux pas	01/10/2014	1 059 794
Paddington	03/12/2014	2 091 263

Source : CBO Box Office

Du fait de ces succès, les recettes de coproduction comme la contribution de TF1 Films Production au résultat opérationnel sont en nette hausse.

¹ Source : CNC

2.2. SERVICES CONSOMMATEURS

Chiffre d'affaires (M€)	2014	2013	Var. %
TF1 Vidéo	56,4	58,0	- 2,8 %
Téléshopping	87,8	85,5	+ 2,7 %
TF1 Entreprises	65,4	61,6	+ 6,2 %
Services Consommateurs	209,6	205,1	+ 2,2 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2014	2013	Var. M€
TF1 Vidéo	1,0	0,8	+ 0,2
Téléshopping	3,2	14,2	(11,0)
TF1 Entreprises	10,6	10,3	+ 0,3
Services Consommateurs	14,8	25,3	(10,5)

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs affiche une hausse de 2,2 % en 2014 et de 21,3 % au quatrième trimestre. Téléshopping (malgré l'effet de périmètre dû à la cession de Place des Tendances au quatrième trimestre 2013) et TF1 Entreprises affichent une bonne dynamique, qui compense le recul de l'activité de TF1 Vidéo sur l'année (- 2,8 %). Cette baisse, liée aux difficultés du marché de la vidéo physique, est atténuée par la sortie de titres à succès au cours de l'année et par la croissance de la vidéo à la demande.

Hors effet de périmètre lié à Place des Tendances, le résultat opérationnel du secteur Services Consommateurs progresse, pour s'établir à 14,8 millions d'euros.

2.2.1. TF1 Vidéo

Marché¹

Le marché de la vidéo physique en France reste dans une situation difficile. En 2014, le marché s'élevait à 799 millions d'euros contre 929 millions d'euros, en baisse de - 14,0 % par rapport à l'année 2013.

A fin décembre 2014, le marché du digital atteint un chiffre d'affaires de 259 millions d'euros, en progression de + 8,0 % en valeur par rapport à fin décembre 2013. La VoD représente 69 % du marché, le téléchargement définitif 17 % et la SVoD 14 % du marché total 2014.

Performances de TF1 Vidéo

A fin 2014, TF1 Vidéo affiche une baisse limitée de 2,8 % de son chiffre d'affaires à 56,4 millions

d'euros. Le résultat opérationnel progresse de 0,2 million d'euros pour s'établir à 1,0 million d'euros. Cette performance est remarquable au regard du recul de 14,0 % du marché de la vidéo physique.

TF1 Vidéo bénéficie notamment des succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

Le chiffre d'affaires de MYTF1VOD est, quant à lui, en progression en 2014 de 36 % pour un marché en hausse de 8 % uniquement².

2.2.2. Téléshopping

Marché³

A fin décembre 2014, l'ensemble du commerce de détail souffre du contexte macro-économique et affiche une baisse de - 1,1 %.

Les ventes sur Internet ont continué de progresser en 2014. Au total, les Français auront dépensé 57 milliards d'euros sur Internet, un chiffre en hausse de 11 % sur un an. Le nombre de transactions augmente quant à lui de 15 %.

Le marché du e-commerce en France représente 9 % du commerce de détail hors produits alimentaires.

En 2014, le marché du e-commerce (hors services) a progressé de + 6 %, dans un marché des ventes à distance (comprenant le e-commerce et hors services) en hausse de + 3 %.

Performances de Téléshopping

Au 31 décembre 2014, Téléshopping génère un chiffre d'affaires de 87,8 millions d'euros, en hausse de 2,7 % sur un an.

Il est à noter que le chiffre d'affaires enregistré en 2013 intégrait celui de Place des Tendances, activité cédée au 4^{ème} trimestre 2013. Hors cet effet de périmètre, Téléshopping affiche un chiffre d'affaires en nette augmentation grâce à un accroissement du nombre de commandes reflétant le renouvellement réussi du mix produits effectué en 2013 et grâce à une activité des points de vente également en hausse.

Le résultat opérationnel courant à fin 2014 s'élève à 3,2 millions d'euros, en baisse de 11,0 millions d'euros. Retraité de la plus-value liée à la cession de Place des Tendances, la rentabilité est en très forte progression à la faveur d'une bonne maîtrise de la base de coûts sur l'ensemble de l'activité, malgré les frais liés à l'ouverture de nouveaux points de vente.

¹ Source : GfK.

² Panel NPA / GfK.

³ Fevad, données à fin 2014.

2.2.3. TF1 Entreprises

Marchés

Marché de la musique

En 2014, le marché de la musique enregistrée¹ s'est élevé à 570,6 millions d'euros, marquant une baisse de - 5,3 %.

Les revenus des ventes proviennent pour 71 % du marché physique (en baisse de - 11,5 % par rapport à 2013) et du marché numérique à hauteur de 29 % (en hausse de + 6,0 %). Le *streaming*, en forte croissance, est devenu la première source de revenus du marché numérique devant le téléchargement à l'acte, en baisse en 2014.

Les droits voisins se sont élevés à 112,0 millions d'euros en 2014, en hausse de 1,8 %.

Marché du jeu de société

Le marché du jeu de société² représentait 230 millions d'euros en 2014, en recul de 2,1 % sur un an.

Performances de TF1 Entreprises

En 2014, TF1 Entreprises enregistre une année record avec un chiffre d'affaires de 65,4 millions d'euros, en progression de 6,2 % par rapport à 2013.

Chaque département de la filiale bénéficie de cette bonne dynamique :

- les Licences, grâce notamment aux contrats liés à des programmes à succès comme *The Voice* ;
- l'Édition, avec le succès continu des collections *Tintin* et *Barbapapa* et le développement de l'activité à l'international ;
- la Musique, grâce aux productions propres et coproductions (Les Prêtres, Vincent Niclo), aux partenariats artistes en 2014 (Coldplay, Calogero) et l'exposition *Star Wars Identities* ;
- les Jeux, avec TF1 Games, grâce aux succès des jeux d'action, notamment Chrono Bomb (3^{ème} meilleure vente de Noël et Money Drop (5^{ème} meilleure vente).

¹ SNEP (Syndicat National de l'édition Phonographique), Bilan 2014 du marché de la musique enregistrée.

² Source : NPD Group.

Le résultat opérationnel courant de TF1 Entreprises ressort à 10,6 millions d'euros, en progression de 0,3 million d'euros (+ 2,9 %) par rapport à 2013.

2.3. OFFRE PAYANTE

Les résultats ci-après sont présentés conformément aux normes IFRS. Les normes IFRS 5 et IFRS 11 conduisent à retraiter les comptes au 30 septembre 2013 ainsi que ceux de l'année 2013 et ont pour conséquences de ne plus intégrer les contributions détaillées des entités citées ci-dessous et de :

- comptabiliser le résultat net d'Eurosport International directement dans la ligne des activités cédées ou en cours de cession jusqu'au 30 mai 2014, puis la quote-part (49 %) de ce résultat net dans le poste des résultats des entreprises associées à compter du 1^{er} juin 2014 ;
- comptabiliser la quote-part (50 %) nette du résultat de TF6 et Serieclub dans le poste des résultats des entreprises associées.

Le détail de l'application des normes est présenté dans les notes annexes aux états financiers consolidés.

Chiffre d'affaires (M€)	2014	2013	Var. %
Eurosport France	65,7	67,1	- 2,1 %
dont Publicité	6,9	9,0	- 23,3 %
dont Autres CA	58,8	58,1	+ 1,2 %
Chaînes Thématiques France	59,5	64,9	- 8,3 %
dont Publicité	8,3	13,2	- 37,1 %
dont Autres CA	51,2	51,7	- 1,0 %
Offre Payante	125,2	132,0	- 5,2 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2014	2013	Var. M€
Eurosport France	4,1	5,2	(1,1)
Chaînes Thématiques France	(2,6)	(2,1)	(0,5)
Offre Payante	1,5	3,1	(1,6)

Au 31 décembre 2014, le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante est en baisse de 5,2 % et s'établit à 125,2 millions d'euros. Le chiffre d'affaires publicitaire du secteur est notamment affecté par la concurrence d'une offre gratuite élargie, dans un marché publicitaire toujours morose.

Le résultat opérationnel courant recule de 1,6 million d'euros à 1,5 million d'euros.

2.3.1. Eurosport France

Le 30 mai 2014, le groupe TF1 a annoncé la finalisation de la cession à Discovery Communications d'une participation de contrôle dans Eurosport International. A cette date, le groupe TF1 a ainsi vu sa participation au capital d'Eurosport International passer de 80 % à 49 %, tout en conservant une participation de 80 % dans Eurosport France.

Le chiffre d'affaires d'Eurosport France s'élève à 65,7 millions d'euros à fin 2014, en recul de 2,1 % par rapport à 2013. Cette diminution résulte en premier lieu d'une forte baisse du chiffre d'affaires publicitaire (- 23,3 %) compensé en partie par la progression des revenus opérateurs (+ 1,2 %), dans un contexte concurrentiel difficile sur la télévision payante.

Cette baisse du chiffre d'affaires se répercute sur le résultat opérationnel courant, qui diminue de 1,1 million d'euros et s'établit à 4,1 millions d'euros.

Au 31 décembre 2014, Eurosport France touche 8,7 millions d'abonnés payants contre 8,8 millions un an plus tôt.

2.3.2. Chaînes Thématiques France¹

Dans le contexte de croissance de l'offre en clair en France, l'ensemble des chaînes payantes réalise une part d'audience de 10,7 % à fin décembre 2014, en retrait de 0,1 point sur un an.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques du groupe TF1 s'établit à 59,5 millions d'euros à fin 2014, soit une baisse de 8,3 % en un an. Cette diminution est attribuable à une baisse marquée des recettes publicitaires (- 37,1 %, soit - 4,9 millions d'euros par rapport à 2013), les chaînes payantes étant fortement affectées par la concurrence des chaînes de la TNT gratuite.

En conséquence, le résultat opérationnel des chaînes thématiques du Groupe s'établit à - 2,6 millions d'euros en baisse limitée de - 0,5 million d'euros grâce aux efforts menés sur la base de coûts.

¹ Source : MédiamatThématic (vague 27, janvier-juin 2014), univers offre payante, sauf pour le cumul chaînes payantes : Médiamat - cumul janvier à juin 2014.

• LCI

La ligne éditoriale de LCI est axée sur l'analyse et le décryptage de l'actualité. La chaîne propose des marques fortes comme l'émission *Le Club LCI*, reconduite pour une quatrième année de diffusion. Depuis le début de l'année 2014, la programmation a été marquée par la couverture des élections municipales et européennes, ainsi que par le traitement éditorial de la Coupe du Monde de football.

Les pertes de la chaîne ont augmenté en 2014, principalement sous l'effet de la dégradation de son chiffre d'affaires publicitaire.

La part d'audience de la chaîne est stable sur la période janvier-juin 2014, à 0,5 % des Individus âgés de 4 ans et plus.

La demande de passage en clair de LCI a été refusée par le CSA le 29 juillet 2014. Des recours ont été formulés et sont actuellement examinés.

• TV Breizh

Première chaîne payante du câble et du satellite, TV Breizh confirme son *leadership*. Sa part d'audience augmente en un an de 0,1 point au premier semestre 2014 sur les Individus âgés de 4 ans et plus, à 1,3 % et reste stable à 1,4 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Dans un contexte concurrentiel et économique difficile, TV Breizh voit son chiffre d'affaires reculer en 2014. La chaîne enregistre des revenus de distribution stables, mais voit ses revenus publicitaires reculer. Toutefois, le résultat opérationnel est en hausse par rapport à 2013, sous l'effet de la baisse des charges que connaît la chaîne depuis son déménagement de Lorient à Boulogne-Billancourt en mars 2013 et grâce aux économies réalisées sur la grille de programmation.

• Histoire, Ushuaïa, Stylía

Les chaînes Histoire, Ushuaïa et Stylía réalisent une part d'audience cumulée de 0,4 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus sur la période janvier-juin 2014.

Dans un contexte concurrentiel intense, le chiffre d'affaires enregistré par les chaînes du pôle Découverte est en recul en 2014. En conséquence, la rentabilité du pôle est en retrait sur la période.

2014 | Information sur l'activité

Le groupe TF1 a confirmé l'arrêt de la diffusion de la chaîne Stylia à compter du 31 décembre 2014, les opérateurs n'ayant pas manifesté leur volonté de reprendre la chaîne au-delà de cette date.

Les chaînes Histoire et Ushuaïa ont quant à elles renforcé leur grille de programmation. Des programmes provenant du catalogue Discovery ont en effet été diffusés depuis le début de l'année sur ces deux chaînes, qui accentuent par ailleurs leur programmation événementielle.

Holding et divers

Chiffre d'affaires (M€)	2014	2013	Var. %
Holdings et Divers	8,2	9,2	- 10,9 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2014	2013	M€
Holdings et Divers	48,5	16,7	+ 31,8

Le secteur Holding et Divers a été marqué par la cession de la société OneCast à la société ITAS intervenue le 30 octobre 2014.

Celle-ci a conduit, d'une part, à déconsolider l'activité le 1^{er} novembre 2014, ce qui explique la baisse du chiffre d'affaires de 10,9 %.

D'autre part, le groupe a comptabilisé une plus-value de cession permettant au secteur d'accroître son résultat opérationnel de 31,8 millions d'euros.

3. Responsabilité sociétale

Une démarche structurée autour de l'Éthique, de la Conformité et de la RSE

En 2014, TF1 a décidé de mettre en œuvre sous la responsabilité de son Secrétaire général, Responsable Éthique du Groupe depuis 2009, une démarche structurée de « Compliance » autour de l'Éthique de la Conformité et de la RSE. TF1 s'est dotée de son propre Code d'Éthique, approuvé par le Conseil d'Administration du 24 juillet 2014. Applicable à tous, ce Code a pour objectif de rassembler les collaborateurs du Groupe autour de valeurs et règles de conduite essentielles, que sont : le respect de la loi et des intérêts supérieurs du Groupe, la qualité des relations avec toutes les parties prenantes internes et externes (filiales, salariés, clients, fournisseurs, actionnaires, institutions et pouvoirs publics, etc.), la protection des actifs du Groupe, la prévention des conflits d'intérêts et la lutte anti-corruption. Distribué à tous les collaborateurs permanents du Groupe, le Code d'Éthique est désormais en ligne sur l'intranet et le site Internet *corporate* du Groupe (www.groupe-tf1.fr)

Quatre thèmes importants du Code d'Éthique ont donné lieu à des développements *via* la rédaction de Programmes de conformité dédiés. Le Code d'Éthique est ainsi complété par quatre Programmes de conformité intitulés : « Concurrence » ; « Anti-corruption » ; « Conflits d'intérêts » et « Conformité en matière boursière ».

Parallèlement, le Conseil d'Administration a décidé de se doter d'un « Comité de l'Éthique et de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise » (RSE).

La politique RSE de TF1 désormais en ligne selon le référentiel GRI

Le groupe TF1 a mis en ligne depuis septembre 2014 une plateforme entièrement dédiée à sa politique de responsabilité sociétale.

Ce développement innovant s'appuie sur le référentiel international Global Reporting Initiative G4 (GRI G4) et son supplément sectoriel dédié aux médias. Chaque enjeu est examiné sous l'angle de l'engagement du Groupe, du déploiement des plans d'action et de la mesure de la performance.

En amont de ce *reporting*, une « étude de matérialité » a été réalisée auprès des parties prenantes de TF1, dont un panel de téléspectateurs, pour classer les enjeux par ordre d'importance.

Cette solution permet de présenter aux parties prenantes une information actualisable, pertinente et comparable.

2014 : une année exceptionnelle pour la reconnaissance de la performance RSE de TF1

Le 1^{er} décembre 2014, TF1 a intégré l'indice Euronext Vigeo France 20 qui distingue les 20 entreprises françaises déployant les engagements les plus probants en faveur du développement durable. La mesure est réalisée par l'agence de notation Vigeo.

En 2014 TF1 a également intégré pour la première fois l'univers d'investissement responsable de l'agence Oekom, renouvelé sa deuxième place de l'indice Gaïa réservé aux *mid-caps* et sa présence dans les indices FTSE4Good, Ethibel, DJSI Europe et Word. 10 entreprises du secteur des médias seulement ont intégré l'indice « World Index » du DJSI parmi lesquelles TF1, seul média français sélectionné.

TF1 a reçu en octobre 2014 le Grand prix de la Transparence pour l'accessibilité, la comparabilité, la disponibilité et la précision de l'information réglementée.

Les dixièmes Rencontres Internationales de la Diversité (RID) ont récompensé également en octobre la direction des Achats de TF1, dans la catégorie « Achats responsables et Diversité ».

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

Handicap : nouvel accord triennal

Bien décidé à maintenir sa politique en faveur de l'emploi des personnes handicapées, le groupe TF1 a conclu un nouvel accord handicap qui s'applique à toutes ses sociétés. La nouveauté de cet accord 2014-2016, approuvé par la DIRECCTE, réside dans la création de congés spécifiques (5 jours fractionnables en demi-journées) pour les parents d'enfants handicapés.

Cet accord poursuit bien sûr les actions menées au cours des deux précédents accords, dans les trois directions suivantes :

- un plan d'embauche volontariste : l'accord prévoit le recrutement de 24 personnes (6 CDD de plus de 6 mois et 18 alternants). Depuis la signature du premier accord en 2008, le groupe TF1 a recruté 91 personnes handicapées (CDI et CDD) ;

2014 | Information sur l'activité

- le maintien dans l'emploi des collaborateurs en situation de handicap : 46 % des collaborateurs en situation de handicap bénéficient de compensations financées par la Mission Actions Handicap ;
- la sous-traitance d'activités au secteur protégé et adapté. Entre 2009 et 2014, plus de 2 millions d'euros ont été confiés aux prestataires du secteur protégé.

Solutions 2015 : mobilisation en amont de la COP 21 à Paris

Le groupe TF1 a convié ses partenaires d'affaires, annonceurs, producteurs, fournisseurs, à une conférence exceptionnelle, le 6 janvier 2015, dédiée aux solutions pour lutter contre le dérèglement climatique. Introduite par Nonce Paolini, la conférence a permis d'écouter Nicolas Hulot, Brice Lalonde, Jean-Pascal van Ypersele de Strihou, Jean-Marc Jancovici, présenter les

constats scientifiques et les solutions économiques et diplomatiques désormais disponibles.

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

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

Bien que la visibilité demeure faible, la conjonction de facteurs économiques plus favorables, qui semble s'annoncer pour l'activité française en 2015, pourrait entraîner une stabilisation du marché net de la publicité télévisuelle.

En 2015, le groupe TF1 poursuivra l'évolution du modèle, entreprise depuis plusieurs années, avec un objectif d'amélioration de la rentabilité :

- en termes de chiffre d'affaires, le Groupe continuera de proposer, grâce à ses quatre antennes gratuites, une offre innovante avec des marques et des programmes forts, en veillant à tirer bénéfice de toutes les opportunités offertes par les technologies et les usages numériques ;

- en termes de coûts, le Groupe optimisera, d'une part, l'exploitation multichaîne de ses contenus et maintiendra, d'autre part, une vigilance toute particulière à l'évolution des frais généraux.

Fort de ses nombreux atouts, le groupe TF1 restera, cette année, mobilisé pour saisir de nouvelles opportunités, accélérer son développement et participer à la réflexion sur les possibles évolutions réglementaires.

Comptes consolidés 2014

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

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2014.12	2013.12
Goodwill	6	473,8	473,8
Immobilisations incorporelles	7	108,3	108,4
Droits audiovisuels		46,8	48,0
Autres immobilisations incorporelles		61,5	60,4
Immobilisations corporelles	8	176,3	190,0
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	9	581,8	83,5
Actifs financiers non courants	11.3	29,2	17,6
Actifs d'impôt non courants		-	-
Total actifs non courants		1 369,4	873,3
Stocks et en-cours		694,3	679,1
Programmes et droits de diffusion	10	678,5	663,1
Autres stocks		15,8	16,0
Clients et autres débiteurs	11.4	1 136,6	1 126,3
Actifs d'impôt courants		15,0	31,7
Autres actifs financiers courants		7,3	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	11.5	501,4	289,3
Total actifs courants		2 354,6	2 126,4
Actifs d'activités en cours de cession	4	-	645,6
TOTAL ACTIF		3 724,0	3 645,3
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		497,0	256,1
<i>Dont trésorerie nette sur activités poursuivies</i>		497,0	188,9
<i>Dont trésorerie nette sur activités en cours de cession</i>		-	67,2

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2014.12	2013.12
Capital	12.1	42,3	42,2
Primes et réserves		1 548,4	1 524,5
Résultat consolidé de l'exercice		412,7	137,0
Total capitaux propres part du groupe		2 003,4	1 703,7
Participations ne donnant pas le contrôle		36,5	130,5
Total capitaux propres		2 039,9	1 834,2
Emprunts non courants	14	-	1,2
Provisions non courantes	15.1	48,4	40,8
Passifs d'impôt non courants	25.2	31,5	9,2
Total passifs non courants		79,9	51,2
Dettes financières courantes	14	4,4	99,2
Fournisseurs et autres créiteurs	13.3	1 566,5	1 445,0
Provisions courantes	15.2	33,3	30,0
Passifs d'impôt courants		-	16,2
Autres passifs financiers courants		-	3,8
Total passifs courants		1 604,2	1 594,2
Passifs d'activités en cours de cession	4	-	165,7
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 724,0	3 645,3

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2014	Exercice 2013
Recettes publicitaires		1 575,5	1 594,3
Autres revenus		516,3	481,0
Chiffre d'affaires	16	2 091,8	2 075,3
Autres produits de l'activité		0,3	0,2
Achats consommés et variation de stocks	17	(1 119,1)	(976,4)
Charges de personnel	18	(332,4)	(352,2)
Charges externes	19	(362,4)	(368,1)
Impôts et taxes	20	(126,2)	(131,5)
Dotation nette aux amortissements		(55,4)	(61,4)
Dotation nette aux provisions		10,0	(32,2)
Autres produits d'exploitation	21	120,8	97,4
Autres charges d'exploitation	21	(110,9)	(104,4)
Résultat opérationnel courant		116,5	146,7
Autres produits opérationnels		-	-
Autres charges opérationnelles		-	-
Résultat opérationnel		116,5	146,7
Produits sur endettement financier		1,2	0,6
Charges sur endettement financier		(0,1)	(0,2)
Coût de l'endettement financier net	22	1,1	0,4
Autres produits financiers	23	0,6	2,9
Autres charges financières	23	(0,3)	(2,1)
Impôt	25	(29,8)	(45,2)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées		15,0	0,5
Résultat net des activités poursuivies		103,1	103,2
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	26	315,9	48,5
Résultat net		419,0	151,7
attribuable au Groupe :		412,7	137,0
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>		99,9	98,2
<i>Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession</i>		312,8	38,8
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		6,3	14,7
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>		3,2	5,0
<i>Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession</i>		3,1	9,7
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		211 396	210 645
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,47	0,47
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,47	0,47
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)		1,48	0,18
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)		1,47	0,18

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice 2014	Exercice 2013
Résultat net consolidé	419,0	151,7
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	(6,3)	(3,0)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	2,2	1,0
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Eléments recyclables en résultat net		
Réévaluation des instruments dérivés de couverture ⁽¹⁾	6,9	(5,7)
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,7	-
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	(2,5)	2,1
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres ⁽²⁾	1,0	(5,6)
Total des produits et charges comptabilisés	420,0	146,1
attribuable au Groupe	413,7	131,4
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>6,3</i>	<i>14,7</i>

⁽¹⁾ Dont quote-part recyclée (0,4) million d'euros à fin 2014, (2,0) millions d'euros à fin 2013

⁽²⁾ Dont (0,2) million d'euros en 2013 concernant les activités cédées ou en cours de cession

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capita l	Prime s	Actions d'auto- contrô le	Réserve s	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2012	42,1	-	-	1 635,2	(0,2)	1 677,1	117,0	1 794,1
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,2	5,8	-	-	-	6,0	-	6,0
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Rachat d'actions propres	-	-	(3,3)	-	-	(3,3)	-	(3,3)
Annulation d'actions propres	(0,1)	-	3,3	(3,3)	-	(0,1)	-	(0,1)
Dividendes versés	-	-	-	(115,6)	-	(115,6)	(1,2)	(116,8)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	7,6	-	7,6	-	7,6
Total opérations avec les actionnaires	0,1	5,8	-	(110,7)	-	(104,8)	(1,2)	(106,0)
Résultat net consolidé	-	-	-	137,0	-	137,0	14,7	151,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(5,6)	(5,6)	-	(5,6)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	-	-
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2013	42,2	5,8	-	1 661,5	(5,8)	1 703,7	130,5	1 834,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	1,5	-	-	-	1,6	-	1,6
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(116,2)	-	(116,2)	(8,7)	(124,9)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total opérations avec les actionnaires	0,1	1,5	-	(115,6)	-	(114,0)	(8,7)	(122,7)
Résultat net consolidé	-	-	-	412,7	-	412,7	6,3	419,0
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	1,0	1,0	-	1,0
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	(91,6)	(91,6)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2014	42,3	7,3	-	1 958,6	(4,8)	2 003,4	36,5	2 039,9

Se reporter à la note 12 des annexes aux comptes consolidés – « Capitaux propres consolidés » pour le détail des variations.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2014	Exercice 2013
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		103,1	103,2
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		50,1	64,9
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		31,5	39,0
<i>Immobilisations corporelles</i>		17,8	23,9
<i>Immobilisations financières</i>		(0,5)	-
<i>Provisions non courantes</i>		1,3	2,0
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(10,4)	(14,1)
Variations de juste valeur		(4,1)	(0,8)
Paiements fondés sur des actions		0,6	0,6
Résultat de cessions d'actifs		(31,0)	(18,3)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		(8,3)	(0,5)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		(0,2)	(1,0)
Sous-total		99,8	134,0
Coût de l'endettement financier net		(1,1)	(0,4)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		29,8	45,2
Capacité d'autofinancement		128,5	178,8
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(33,1)	(48,8)
Variation du BFR lié à l'activité		12,7	(70,0)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		108,1	60,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(36,9)	(51,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		0,4	2,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(9,3)	(3,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		-	1,8
Incidence des variations de périmètre	28.2	306,0	6,0
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		-	-
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		307,5	6,0
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		(1,5)	-
Dividendes reçus	28.2	30,4	1,0
Autres flux liés aux opérations d'investissements	28.2	25,5	53,3
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		316,1	9,3
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		1,6	6,0
Rachats et reventes d'actions propres		-	(3,3)
Autres opérations entre actionnaires		-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		(117,2)	(116,8)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		-	0,2
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)	28.3	(2,6)	(4,6)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		1,1	0,4
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(117,1)	(118,1)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		307,1	(48,8)
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies	28.1	191,1	239,9
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		307,1	(48,8)
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	28.1	498,2	191,1

VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION :		Exercice 2014	Exercice 2013
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	4	69,6	13,9
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession ^(a)	4	(34,5)	55,7
Déconsolidation des activités en cours de cession	4	(35,1)	-
Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession	4	-	69,6

(a) Le détail des flux est présenté en note 4 – activité en cours de cession

Notes annexes aux états financiers consolidés condensés

Les notes aux états financiers consolidés sont présentées dans les annexes.

Se reporter sur le site Internet du Groupe pour les consulter : <http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs/resultats-et-publications/rapports-financiers?annee%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2014>

Calendrier prévisionnel

- **16 avril 2015** : Assemblée Générale des actionnaires
- **24 avril 2015** : détachement du dividende 2014
- **27 avril 2015** : arrêté des positions pour la mise en paiement
- **28 avril 2015** : paiement du dividende 2014
- **29 avril 2015** : chiffre d'affaires et comptes du 1^{er} trimestre 2015
- **23 juillet 2015** : chiffre d'affaires et comptes semestriels 2015
- **28 octobre 2015** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2015

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

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

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Cedex – France
www.mytf1.fr

Contacts :

Département Relations Investisseurs
Internet : www.groupe-tf1.fr
Courriel : comfi@tf1.fr