



**LE GROUPE**

Rapport financier semestriel  
2017

# Rapport financier semestriel - 2017

<b>1. Rapport semestriel d'activité</b> .....	<b>3</b>
1.1. Chiffres clés .....	3
1.2. Faits marquants du premier semestre 2017 .....	6
1.3. Analyse des résultats consolidés.....	8
1.4. Information sectorielle.....	9
1.5. Perspectives.....	14
1.6. Evénements importants postérieurs à la clôture.....	14
1.7. Responsabilité sociétale de l'entreprise .....	15
1.8. Gouvernance .....	17
1.9. Point social .....	17
1.10. Performances boursières .....	17
1.11. Evolution du capital.....	17
1.12. Transaction avec des parties liées.....	18
1.13. Facteurs de risques.....	18
1.14. Calendrier prévisionnel .....	20
1.15. Glossaire .....	20
<b>2. Comptes consolidés condensés au 30 juin 2017</b> .....	<b>21</b>
Compte de résultat consolidé .....	21
Etat des produits et charges comptabilisés .....	22
Bilan consolidé .....	23
Tableau des flux de trésorerie consolidés .....	25
Tableau de variation des capitaux propres consolidés.....	26
Notes annexes aux états financiers consolidés condensés .....	27
<b>3. Rapport des commissaires aux comptes</b> .....	<b>35</b>
<b>4. Attestation du responsable du rapport financier semestriel</b> .....	<b>36</b>

# 1. Rapport semestriel d'activité

## 1.1. Chiffres clés

### Indicateurs financiers

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées du groupe TF1.

<i>En millions d'euros</i>	S1 2017	S1 2016	Année 2016
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 036,7</b>	<b>1 025,2</b>	<b>2 062,7</b>
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>782,1</i>	<i>770,1</i>	<i>1 530,1</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>254,6</i>	<i>255,1</i>	<i>532,6</i>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>107,6</b>	<b>57,5</b>	<b>129,4</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>96,0</b>	<b>2,8</b>	<b>45,7</b>
<b>Résultat net part du Groupe des activités poursuivies</b>	<b>74,6</b>	<b>(0,6)</b>	<b>41,7</b>
<b>Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt</b>	<b>183,7</b>	<b>121,2</b>	<b>267,5</b>
<b>Bénéfice net des activités poursuivies par action (en euros)</b>	<b>0,36</b>	<b>0,00</b>	<b>0,20</b>
<b>Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (en euros)</b>	<b>0,35</b>	<b>0,00</b>	<b>0,20</b>
<b>Total capitaux propres part du Groupe</b>	<b>1 503,3</b>	<b>1 463,7</b>	<b>1 493,4</b>
<b>Trésorerie nette des activités poursuivies</b>	<b>247,6</b>	<b>133,1</b>	<b>186,7</b>

	S1 2017	S1 2016	Année 2016
<b>Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)</b>	<b>209 528</b>	<b>209 173</b>	<b>209 444</b>
<b>Cours de clôture fin de période (en euros)</b>	<b>12,26</b>	<b>9,56</b>	<b>9,45</b>
<b>Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)</b>	<b>2,57</b>	<b>2,01</b>	<b>1,98</b>

## Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

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

M€	S1 2017	S1 2016	Var.	Var. %
<b>Antennes</b>	<b>855,4</b>	<b>838,1</b>	<b>17,3</b>	<b>2,1%</b>
<i>Publicité TV des chaînes gratuites</i>	745,2	736,2	9,0	1,2%
<i>Autres revenus du secteur Antennes</i>	110,2	101,9	8,3	8,2%
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>181,3</b>	<b>187,1</b>	<b>(5,8)</b>	<b>-3,1%</b>
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>1 036,7</b>	<b>1 025,2</b>	<b>11,5</b>	<b>1,1%</b>
<b>Coûts des Programmes</b>	<b>(482,2)</b>	<b>(497,8) *</b>	<b>15,6</b>	<b>-3,1%</b>
<b>Antennes</b>	<b>91,5</b>	<b>38,0</b>	<b>53,5</b>	<b>ns</b>
dont Antennes Gratuites	65,8	18,1	47,7	ns
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>16,1</b>	<b>19,5</b>	<b>(3,4)</b>	<b>-17,4%</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>107,6</b>	<b>57,5</b>	<b>50,1</b>	<b>87,1%</b>

\* Le coût des programmes du S1 2016 publié était de 517,5 millions d'euros dont 19,7 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établit à 497,8 millions d'euros.

### Contribution au chiffre d'affaires publicitaire

<i>en millions d'euros</i>	S1 2017	S1 2016
<b>Antennes</b>	<b>776,9</b>	<b>766,0</b>
Antennes gratuites	753,3	745,0
Autres antennes et services associés	23,6	21,0
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>5,2</b>	<b>4,1</b>
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE</b>	<b>782,1</b>	<b>770,1</b>

## Contribution au résultat opérationnel courant

<i>en millions d'euros</i>	S1 2017	S1 2016
<b>Antennes</b>	<b>91,5</b>	<b>38,0</b>
Antennes gratuites	65,8	18,1
Autres antennes et services associés	25,7	19,9
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>16,1</b>	<b>19,5</b>
<b>RESULTAT OPERATIONNEL COURANT</b>	<b>107,6</b>	<b>57,5</b>

## Détail du coût des programmes des antennes gratuites

<i>En millions d'euros</i>	S1 2017	S1 2016*
Variétés / Jeux / Magazines	141,7	142,9
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	148,3	150,8
Sports (hors événements sportifs)	30,6	21,7
Information	75,0	66,8
Films	80,3	69,9
Jeunesse	6,3	7,8
<b>Coût des programmes hors événements sportifs</b>	<b>482,2</b>	<b>459,9</b>
<i>Événements sportifs</i>	<i>0,0</i>	<i>37,9</i>
<b>Total coût des programmes</b>	<b>482,2</b>	<b>497,8</b>

Le coût des programmes intègre celui de LCI à compter de son passage en clair le 5 avril 2016.

\* Pour rappel, le coût des programmes du S1 2016 publié était de 517,5 millions d'euros, dont 19,7 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établit à 497,8 millions d'euros.

## 1.2. Faits marquants du premier semestre 2017

### Janvier

#### 12 Janvier 2017

Le groupe TF1 annonce être entré au capital de Studio71 (6,1%), filiale de ProSiebenSat.1 et 4<sup>ème</sup> MCN mondial avec plus de 6 milliards de vidéos vues par mois. Ce partenariat s'inscrit dans une alliance paneuropéenne, ProSiebenSat.1, groupe média majeur en Allemagne, réalisant simultanément un accord de même nature avec Mediaset, 1<sup>er</sup> groupe média privé en Italie. Pour lancer Studio71 en France, le groupe TF1 s'appuiera sur Finder Studios, dont il est actionnaire.

#### 23 janvier 2017

Le groupe TF1 et les actionnaires de MinuteBuzz finalisent l'opération visant à l'acquisition par TF1 d'une participation majoritaire au capital de MinuteBuzz.

#### 30 Janvier 2017

TF1 confirme avoir accepté l'offre sous conditions, faite par Mediawan SA, relative à l'acquisition de sa participation de 33,5% qu'elle détient dans Groupe AB.

### Février

#### 1 février 2017

Agnès Rosoor est nommée Directrice générale de Téléshopping et Présidente de Top Shopping.

#### 6 février 2017

Le groupe Newen acquiert une participation majoritaire au sein du capital de Tuvalu Media Group, premier producteur indépendant aux Pays-Bas.

#### 18 février 2017

Tatiana Silva présentera des bulletins météo de TF1 et de LCI à partir du mois de mars.

#### 21 février 2017

Prise de participation minoritaire au capital de la société Play Two, nouvelle entité indépendante de production de musique, concerts, spectacles et d'édition phonographique, fondée en octobre 2016.

### 22 février 2017

Renouvellement du partenariat avec Viva Technology. TF1 représentera le secteur « Media » sur le salon. Avec plus de 45 000 visiteurs, 5 000 startups et 106 pays représentés, l'événement est devenu le rendez-vous mondial de l'innovation.

### Mars

#### 31 mars 2017

Réalisation de la cession, à Mediawan SA, de la participation de 33,5% que TF1 détenait dans Groupe AB.

### Avril

#### 10 avril 2017

Lancement d'une deuxième saison pour le programme d'incubation de startups du groupe TF1 en partenariat avec le Numa. Cette seconde promotion, sélectionnée pour les opportunités de synergie entre leurs produits et services avec les différents métiers du Groupe, pourra bénéficier, pendant plus d'une année, de l'accompagnement et du *mentoring* de l'incubateur Numa.

### Mai

#### 12 mai 2017

La chaîne TF1 a signé avec la régie publicitaire Transfer un accord de commercialisation de ses espaces publicitaires en Belgique qui débutera en septembre 2017.

### Juin

#### 9 juin 2017

Les groupes médias TF1, Mediaset (Espagne et Italie) et ProSiebenSat.1 annoncent la création à parts égales de la régie *European Broadcaster Exchange (EBX)* afin de proposer des campagnes vidéos pan-européennes dans un environnement 100% *brand safe* et *premium* sur le digital. Cet accord est soumis à l'approbation des autorités de concurrence européennes compétentes.

Avec *European Broadcaster Exchange*, les trois groupes médias créent une structure leur permettant de concurrencer plus efficacement les acteurs internationaux avec pour objectif de proposer aux annonceurs de nouveaux moyens

d'atteindre leurs clients en s'appuyant sur la technologie, l'innovation et le contenu premium.

Ils s'organisent dans un modèle ouvert de partenariat afin de fédérer progressivement d'autres groupes médias européens.

### **23 juin 2017**

Studio71 France sera lancé en septembre prochain dans le cadre du partenariat digital paneuropéen du groupe TF1 avec le groupe ProSiebenSat.1 autour de Studio71, 3<sup>ème</sup> MCN mondial.

Le lancement de Studio71 France, qui s'appuiera notamment sur l'inventaire de Finder Studios, marque une étape structurante dans le renforcement de l'offre de contenus digitaux premiums du groupe TF1 sur les plateformes.

Par ailleurs, le collectif *Lolywood*, composé de talents à forte notoriété, vient enrichir l'offre de Studio71 dans le domaine de la comédie et de l'humour dès septembre.

Créé par Ugo Marchand, Manu et Choopa, le collectif *Lolywood* - 4<sup>ème</sup> audience humour YouTube par mois avec 226 millions de vidéos vues et 1,6 millions d'abonnés, rejoint Studio71.

## 1.3. Analyse des résultats consolidés

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

### Chiffre d'affaires

Au premier semestre 2017, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 1 036,7 millions d'euros en hausse de 11,5 millions d'euros (+ 1,1 %) ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 782,1 millions d'euros, en hausse de 1,6 %, croissance qui résulte principalement d'une hausse du chiffre d'affaires des chaînes de la TNT et d'une très bonne performance du parrainage.
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 254,6 millions d'euros, stable sur un an.

### Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

#### Coût des programmes

Le coût des programmes s'établit à 482,2 millions d'euros, en économie de 15,6 millions d'euros par rapport au coût des programmes du premier semestre 2016 retraité des charges non courantes, qui s'explique par :

- l'impact (net des coûts des programmes de remplacement) de 30,7 millions d'euros lié à la diffusion des matchs de l'Euro 2016,
- l'absence de prise en compte des coûts de programme de LCI au premier trimestre 2016, avant son passage en clair,
- le réinvestissement dans les programmes (diffusion du *Championnat du Monde de Handball* et de la *Coupe des Confédérations* notamment).

#### Autres charges, amortissements et provisions, dépréciations,

Sur le premier semestre 2017, les autres charges, amortissements et provisions sont en baisse de 23,0 millions d'euros, principalement liée aux économies de coûts réalisées dans le cadre du plan *Recover* à hauteur de 14 millions d'euros.

### Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 107,6 millions d'euros, en hausse de 50,1 millions d'euros, dont 30,7 millions d'euros d'économies dues à l'absence d'événement sportif majeur au cours du premier semestre 2017. Les effets de la stratégie multichaînes mise en place depuis la rentrée 2016 et de la transformation du Groupe ont eu un impact positif de 19,4 millions d'euros sur le résultat opérationnel courant du premier semestre, soit une amélioration de 1,9 point de marge.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 10,4 % en hausse de 4,8 points en un an.

### Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 96,0 millions d'euros, après la prise en compte de 11,6 millions d'euros de charges non courantes, correspondant à l'amortissement du *goodwill* affecté dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

### Résultat net

Le résultat net part du Groupe s'établit à 74,6 millions d'euros ; il inclut, au titre des sociétés mises en équivalence, le résultat de la cession de la participation dans Groupe AB.

### Structure Financière

Au 30 juin 2017, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 1 503 millions d'euros pour un total bilan de 3 402 millions d'euros.

La trésorerie nette s'établit à 248 millions d'euros à fin juin 2017, contre 187 millions d'euros au 31 décembre 2016, augmentation due principalement au cash généré par l'activité.

Au 30 juin 2017, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 015 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires.

Au 30 juin 2017, des tirages ont été réalisés à hauteur de 107,7 millions d'euros pour Newen.

Ce portefeuille de lignes de crédit est renouvelé régulièrement en fonction des échéances contractuelles des lignes afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le groupe TF1.

## 1.4. Information sectorielle

### ANTENNES

Chiffre d'affaires (M€)	S1 2017	S1 2016	Var. %
<b>Antennes gratuites</b>	<b>770,7</b>	<b>762,2</b>	<b>1,1%</b>
dont Publicité TV des chaînes gratuites	745,2	736,2	1,2%
dont Autres CA	25,5	26,0	-1,9%
<b>Autres antennes et activités associées</b>	<b>84,7</b>	<b>75,9</b>	<b>11,6%</b>
<b>Antennes</b>	<b>855,4</b>	<b>838,1</b>	<b>2,1%</b>

Le chiffre d'affaires du secteur Antennes s'établit au premier semestre 2017 à 855,4 millions d'euros, en hausse de 2,1%, soit + 17,3 millions. Le secteur affiche un résultat opérationnel courant de 91,5 millions d'euros, en progression de 53,5 millions d'euros sur un an.

### Antennes gratuites

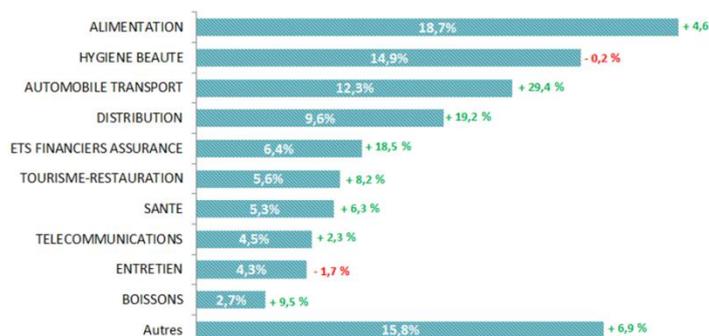
Au premier semestre 2017, les Antennes gratuites génèrent un chiffre d'affaires de 770,7 millions d'euros, en progression de 1,1 % sur un an, dont :

- 745,2 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes gratuites, soit une hausse de 9,0 millions d'euros ;
- 25,5 millions d'euros de chiffre d'affaires des autres activités, en baisse de 0,5 million d'euros.

### Chiffre d'affaires publicitaire<sup>1</sup>

Au premier semestre 2017, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 8,9 % par rapport au premier semestre 2016.

L'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) par secteur en 2017, pour les cinq chaînes, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, S1 2017 vs. S1 2016.

<sup>1</sup> Investissements plurimédia hors sponsoring et hors Internet (5 médias).

Au 1<sup>er</sup> semestre 2017, le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes en clair du Groupe est en hausse de +1,2 % à 745,2 millions d'euros. Pour rappel, la chaîne LCI étant passée en clair depuis le 5 avril 2016, le chiffre d'affaires publicitaire de LCI était non significatif au premier trimestre 2016.

Les chaînes de la TNT du Groupe ont poursuivi leur progression grâce à leurs performances d'audiences, en particulier sur les cibles.

Le Groupe a également bénéficié d'une très bonne performance du parrainage à la suite du récent changement de réglementation.

### Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant des Antennes s'établit à 91,5 millions d'euros, en hausse de 53,5 millions d'euros sur un an. La contribution des Antennes Gratuites progresse de 47,7 millions d'euros principalement sous l'effet de l'accroissement du chiffre d'affaires publicitaire, de la baisse du coût des programmes et des économies de coûts réalisées dans le cadre du plan *Recover*.

### Marché des chaînes gratuites

Au premier semestre 2017, la durée d'écoute de la télévision se stabilise à haut niveau et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 47 minutes, en retrait de 1 minute sur un an. La consommation en différé (*catch-up TV* et enregistrement) est stable sur un an et la consommation *live* perd 1 minute sur cette même période.

Sur le premier semestre 2017, la durée d'écoute pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (FRDA<50) s'élève à 3 heures et 42 minutes (-4 minutes sur un an), dont 3 heures et 26 minutes de *live* et 16 minutes de différé.

Ces données n'incluent pas la consommation délinéarisée sur les autres supports (ordinateurs, tablettes, *smartphones*, etc.) en *live* et en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile, tous supports confondus.

Sur le premier semestre 2017, la part d'audience cumulée des 6 chaînes TNT HD lancées en décembre 2012, atteint 8,9 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (soit +1,7 point) et 9,1 % sur les FRDA<50 (soit +1,0 point).

## Audiences des chaînes gratuites

Dans un fort contexte concurrentiel, le groupe TF1 poursuit sa stratégie éditoriale multichaînes, axée sur les cibles publicitaires et la puissance en moyenne, sur les cases stratégiques et rassemble en moyenne, sur le premier semestre 2017, 7,1 millions de téléspectateurs en *prime-time*<sup>1</sup>, tout en maîtrisant le coût de ses programmes.

La stratégie multichaîne et multi-plateformes du groupe TF1 confirme son succès. Parfaite illustration de cette ambition, le *Grand Débat* entre les principaux candidats à l'élection présidentielle a réalisé des performances exceptionnelles sur toutes les plateformes : 9,9 millions de téléspectateurs sur TF1, 345 000 sur LCI, et plus de 3,3 millions de vidéos vues<sup>2</sup>. Autre illustration, le documentaire *Emmanuel Macron, les coulisses d'une victoire* qui a rassemblé 5 millions de tvsp sur TF1, dont 531 000 tvsp en *replay*.

Au cours du premier semestre, le groupe TF1 a poursuivi la mise en œuvre de sa stratégie multichaînes ; les cinq chaînes gratuites<sup>3</sup> réalisent ainsi une part d'audience de 27,9 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,8 point sur un an).

La part d'audience sur les FRDA<50 est de 32,5 % (+ 1,1 point sur un an). Sur la cible des FRDA<50, le léger recul de la part d'audience de la chaîne TF1 (21,9 % ; - 0,6 point sur un an) est largement compensé par la progression de l'audience du pôle TNT<sup>4</sup> (10,6 % ; + 1,7 point sur un an).

La part d'audience moyenne sur le premier semestre 2017 s'élève à 32,5% pour le Groupe sur la cible des FRDA<50, en progression versus la moyenne de l'année 2016 qui s'établissait à 32,1%.

Au cours du semestre, la performance du Groupe a été portée à la fois par les grandes marques telles que *The Voice*, *Koh-Lanta*, *Grey's Anatomy*, mais également par le succès rencontré par les nouveautés comme *The Wall* (programme de divertissement en *access*), *l'Arme fatale*, *Munch*, *Louïs(e)*.

## TF1

TF1 reste la chaîne largement *leader* en France sur toutes les cibles. Sa part d'audience s'établit à 19,9 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (versus une part d'audience de 20,8 % au premier semestre 2016).

<sup>1</sup> Source : Médiamétrie-Médiamat / Tranche Horaire prime time 21h-23h.

<sup>2</sup> Sur toutes les plateformes.

<sup>3</sup> Audience des chaînes TF1, TMC, NT1, HD1 et LCI.

<sup>4</sup> TMC, NT1, HD1 et LCI.

La part d'audience réalisée auprès des FRDA<50 atteint 21,9 % au premier semestre 2017, contre 22,5 % un an plus tôt et de 19,8 % auprès des 25-49 ans, contre 20,8 % au premier semestre 2016.

TF1 confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social, capable de rassembler plus de 5 millions de téléspectateurs en moyenne en *prime-time* sur le semestre, où elle affiche une part d'audience de 29% sur la cible des FRDA<50. La chaîne est ainsi *leader* en *prime-time* sur 84% des soirées du premier semestre 2017.

La chaîne conserve sa première place dans tous les genres de programmes :

- **Divertissement** : *The Voice* a rassemblé 6,4 millions de téléspectateurs en moyenne avec une part d'audience de 42 % sur les FRDA<50. *Koh-Lanta* a attiré 6,3 millions de téléspectateurs (42 % de part d'audience sur les FRDA<50) et la saison 2 de *Ninja Warrior* 5,1 millions de téléspectateurs en moyenne (34 % de part d'audience sur les FRDA<50). En *access*<sup>5</sup>, la chaîne TF1 confirme sa première position auprès des FRDA<50 sur le premier semestre 2017 (18,0% de part d'audience), notamment grâce au jeu *The Wall*.
- **Fictions françaises** : le genre rencontre un succès important. *Alice Nevers* a rassemblé jusqu'à 6,5 millions de téléspectateurs. La saison 1 de la série *Munch* a rassemblé jusqu'à 6,3 millions de téléspectateurs et le thriller événement d'Harlan Coben, *Juste un regard* jusqu'à 6,2 millions de téléspectateurs.
- **Cinéma** : le cinéma français a réalisé d'excellentes performances avec notamment la deuxième diffusion d'*Intouchables* qui réalise la meilleure audience cinéma sur le mois de mai avec 8 millions de téléspectateurs.
- **Information** : au cours du semestre rythmé par les élections présidentielles et législatives, le Groupe est leader sur l'information. *Leader* lors du débat d'entre-deux tours du 3 mai (8,2 millions de téléspectateurs), le Journal de 20h a attiré 9,5 millions de téléspectateurs à l'annonce des résultats de l'élection présidentielle.
- **Sport** : la finale du *Mondial de Handball* en France a apporté à TF1 sa meilleure audience sport au 1<sup>er</sup> semestre, toutes

<sup>5</sup> 18h-20h

chaînes confondues, avec 8,7 millions de téléspectateurs (44% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus). Les 2 matchs de l'Equipe de France de football diffusés au mois de juin ont attiré plus de 6,4 millions de téléspectateurs.

## Chaînes TNT

Le pôle TNT, constitué des chaînes TMC, NT1, HD1 et LCI, est leader sur la TNT et affiche les plus fortes hausses d'audiences sur un an. Il réalise une part d'audience au premier semestre 2017 de 10,6% sur les FRDA<50 et de 9,6% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans.

### TMC

Au premier semestre 2017, TMC affiche une part d'audience de 4,4% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans et réalise sur un an les plus fortes hausses de part d'audiences sur cibles : +1,2 point sur les Individus âgés de 25 à 49 ans et +1,7 point sur les Individus CSP+.

Grâce à sa stratégie de repositionnement sur les cibles, TMC est dans une très belle dynamique d'audience, le sport faisant partie intégrante de ce repositionnement. La chaîne réalise un record d'audience sur un événement sportif avec la diffusion le 24 janvier dernier du quart de finale du Championnat du Monde de Handball opposant la France à la Suède avec 4,7 millions de téléspectateurs. TMC a continué d'enrichir son offre sportive en tant que diffuseur officiel de la Coupe des confédérations 2017 en Russie avec 7 matches en juin et la finale le 2 juillet 2017 commentés par les présentateurs de TF1 : Grégoire Margotton et Bixente Lizarazu.

En parallèle, TMC a réalisé, en mai, sa deuxième meilleure audience historique pour un film avec *On a retrouvé la septième compagnie* avec 2,3 millions de téléspectateurs.

Enfin, la chaîne reste particulièrement puissante en access avec *Quotidien* (moyenne de 1,3 millions de téléspectateurs sur le semestre et record à 2,1 millions de téléspectateurs le 24 janvier).

### NT1

Au premier semestre 2017, la chaîne NT1 poursuit sa progression sur le public féminin et les jeunes adultes. Elle enregistre une part d'audience de 3,7% sur les individus âgés de 15 à 34 ans, en hausse continue depuis 3 ans (dont une hausse de +0,3 point entre S1 2017 et S1 2016).

La chaîne est très performante avec son programme de télé-réalité *La villa des cœurs brisés*, dont la programmation va être poursuivie.

En termes de films, les meilleurs scores sont réalisés par trois films : 1,1 million de téléspectateurs pour *Gladiator*, 1 million pour les films *Next* et *Solomon Kane*.

### HD1

HD1 construit son audience autour de son offre de fictions françaises et de cinéma.

Au premier semestre 2017, la chaîne réalise 2,0 % de part d'audience sur les Individus âgés entre 25 et 49 ans (+0,3 point en un an), et, 2,2 % sur les FRDA<50 (+0,1 point).

HD1 poursuit toujours sa progression en signant 9 des 10 meilleures audiences de la TNT HD dont le record absolu avec 1,4 million de téléspectateurs pour *Section de Recherches*.

### LCI

LCI conforte sa position de deuxième chaîne d'information nationale avec 0,7 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus au premier semestre (+ 0,6 point en un an).

La chaîne a suscité l'intérêt des Français lors des grands rendez-vous politiques du mois de juin avec jusqu'à 189 000 téléspectateurs lors du second tour des élections présidentielles (1% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus) et 353 000 téléspectateurs pour l'annonce du nouveau gouvernement (2,4 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus).

Les rendez-vous de la chaîne terminent la saison sur des records d'audience : 1,7 % de part d'audience pour *LCI Matin* (jusqu'à 2,9 %) en juin 2017 et 1,7 % pour *24 heures en question* sur les Individus âgés de 4 ans et plus sur les mois de mars à mai 2017.

## TF1 Publicité (régie hors-Groupe)

Bien que l'activité de régie pour le compte de radios soit en progression sur le premier semestre 2017 versus 2016, l'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe, etc.) est en retrait sur cette même période.

## TF1 Films Production

La fréquentation cinématographique a atteint 104,9 millions d'entrées au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2017, soit une baisse de 1,8 % en un an.

Au 1<sup>er</sup> semestre 2017, 14 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles (versus 12 au 1<sup>er</sup> semestre 2016), réalisant un total de 13,7 millions d'entrées en France. Les meilleures performances sont celles de *Raid Dingue* (4,5 millions d'entrées) et d'*Alibi.com* (3,5 millions d'entrées).

La contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant est en légère baisse sur le premier semestre 2017 versus 2016, en lien notamment avec une baisse du nombre de droits de diffusion cédés à TF1 au S1 2017 versus S1 2016.

### TF1 Production

La contribution de TF1 Production au chiffre d'affaires du Groupe est en retrait par rapport à fin juin 2016.

A fin juin 2017, 208 heures de programmes ont été livrées, à comparer aux 280 heures l'année dernière à cette même période : absence de Fiction du matin (*Petits secrets entre voisins & Petits secrets entre famille*) et d'une nouvelle saison du *Bachelor*.

En 2017, TF1 Production a notamment livré à TF1 5 épisodes de *Les français ont du génie*, 3 *Débats politiques* et contribué à la diffusion des matchs de la *Coupe du monde de Handball* et de la *Coupe des Confédérations*, même si ces deux dernières livraisons ne compensent pas l'absence d'événement sportif majeur tel que l'Euro 2016.

Le résultat opérationnel courant est stable par rapport à fin juin 2016 : la baisse d'activité est compensée par des efforts sur les coûts de production et les coûts de structure.

### Autres antennes et activités associées

Le chiffre d'affaires des Autres antennes et activités associées croît de 8,8 millions d'euros. Le chiffre d'affaires du digital poursuit sa croissance soutenue au cours du semestre, l'interactivité progressant fortement.

De la même façon, le résultat opérationnel courant s'établit à 25,7 millions d'euros, en hausse de 5,8 millions d'euros.

### e-TF1

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie digitale en lien avec les Antennes du Groupe.

Les audiences complémentaires générées par les plateformes digitales continuent à croître de manière significative.

Au T2 2017, MYTF1, qui regroupe l'offre des chaînes TF1, TMC, NT1 et HD1, a enregistré une progression de son chiffre d'affaires portée par de bonnes audiences. Avec 11,7 millions de visiteurs uniques au mois de mai<sup>1</sup>, la plateforme IPTV du groupe TF1 établit un nouveau record et confirme son leadership, notamment auprès des FRDA de moins de 50 ans avec 34,7 % de part d'audience (+9,4 points vs. son 1<sup>er</sup> challenger) et des 25-49 ans avec 31,8 % de PDA (+7,1 points vs. 1<sup>er</sup> challenger). Une audience record portée par des programmes toujours aussi forts et fédérateurs : *Grey's Anatomy* (record à 910 000 téléspectateurs), *l'Arme fatale* (record à 876 000 téléspectateurs), *Koh-Lanta* (487 000 téléspectateurs), *The Voice* (466 000 téléspectateurs).

A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017, l'activité TFOU MAX, offre de vidéo jeunesse par abonnement, a été transférée chez TF1 Vidéo.

Au total, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de e-TF1 sont en progression.

### Chaînes thématiques

L'ensemble des chaînes payantes réalise en France une part d'audience de 10,0 % au premier semestre 2017 sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, stable sur un an<sup>2</sup>. L'offre payante fait face à la poursuite de la croissance des chaînes de la TNT gratuite. Ces chiffres illustrent le succès de la stratégie multichaînes menée également sur les antennes payantes. A savoir, enrichir sa grille avec des séries phares afin de marquer sa différence et fédérer un large public pour TV Breizh, et, pour Histoire et Ushuaïa TV, renforcer leur richesse et originalité éditoriales grâce à de nombreux événements et inédits.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques (TV Breizh, Ushuaïa, Histoire) progresse ainsi au premier semestre 2017 sous l'effet d'une hausse de leur chiffre d'affaires publicitaire. En parallèle, la maîtrise des charges permet à ces chaînes d'accroître leur rentabilité.

### TV Breizh

Grâce à sa programmation de séries (*Magnum*, *l'Agence tous risques*, *Mac Gyver* notamment), TV Breizh décroche la première place du classement parmi les chaînes payantes auprès de

<sup>1</sup> Source : Médiamétrie / données IPTV base mai 2017 / base Total Catch Up.

<sup>2</sup> Médiamétrie – Médiamat.

l'ensemble des téléspectateurs abonnés à une offre câble/satellite avec 0,6% de part d'audience sur Individus âgés de 4 ans et plus. Chaque mois, TV Breizh touche en moyenne 5,7 millions de Français<sup>1</sup>.

La chaîne enregistre une hausse importante de son chiffre d'affaires publicitaire par rapport à 2016.

### Histoire et Ushuaïa

Ushuaïa TV, qui mise sur une programmation événementielle comme *le mois des aventuriers* en mars consacré aux aventuriers et explorateurs, enregistre une hausse marquée sur ses audiences FRDA<50<sup>1</sup>. La chaîne Youtube *Ushuaïa* a par ailleurs été lancée. Enfin, en septembre aura lieu sur la chaîne la célébration des 30 ans du magazine *Ushuaïa*.

La chaîne Histoire, qui fête cette année ses 20 ans, est *leader* de sa thématique et progresse sur ses 2 cibles privilégiées (25-49 ans et Individus CSP+)<sup>1</sup>. La célébration des 20 ans de la chaîne se poursuit jusqu'à la fin de l'année avec une programmation spéciale.

## Studios et Divertissements

Chiffre d'affaires (M€)	S1 2017	S1 2016	Var. %
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>181,3</b>	<b>187,1</b>	<b>-3,1%</b>

Résultat opérationnel courant (M€)	S1 2017	S1 2016	Var. M€
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>16,1</b>	<b>19,5</b>	<b>-17,4%</b>

Le chiffre d'affaires du secteur Studios et Divertissements est en retrait de 5,8 millions d'euros pour s'établir à 181,3 millions d'euros. Le résultat opérationnel courant s'élève à 16,1 millions d'euros, en retrait de 3,4 millions d'euros sur un an.

### Studios

#### Newen Studios

Newen poursuit son développement avec l'acquisition de Tuvalu Media Group, premier producteur indépendant aux Pays-Bas spécialisé dans le flux, la *scripted reality*, la fiction et le digital.

Par ailleurs, Newen Studios a signé un partenariat avec A+E Networks lui permettant de

commercialiser, de manière exclusive, les programmes et formats à succès d'A+E Networks en France et de produire localement certains d'entre eux.

Newen Studios a un carnet de commandes fourni auprès de clients nombreux et diversifiés. Au cours du 1<sup>er</sup> semestre, Newen Studios a continué à produire des épisodes de Versailles (saison 3) pour Canal +, *Ben* (fiction 6x52') pour France 2, *Plus Belle la Vie* (feuilletons quotidiens) pour France 3, *Souviens-toi* (fiction 6x52') pour M6, ou *Demain nous appartient* (saga de l'été) pour TF1.

Les fictions produites par Newen Studios ont connu des succès d'antennes au cours du semestre : ainsi *le Sang de la Vigne*, diffusé sur France 3, a atteint jusqu'à 16,9 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et +, soit près de 4 millions de téléspectateurs. *Cassandra*, diffusé également sur France 3 a touché jusqu'à 16,7% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et +, soit près de 4 millions de téléspectateurs.

En matière de distribution, Newen a procédé au lancement d'un fonds d'investissement de 50 millions d'euros dédié aux acquisitions de séries de fiction en langue anglaise. Newen a, par ailleurs, prévenu la saga *Demain nous appartient* en Suisse (RTS) et en Belgique (RTBF).

#### TF1 Studio

Au cours du premier semestre 2017, 4 films sont sortis en salles (contre 7 au premier semestre 2016) dont deux très belles performances : *Il a déjà tes yeux* (1,4 million d'entrées) et *Alibi.com* (3,5 millions d'entrées).

L'activité vidéo de TF1 affiche une belle performance des nouveautés du 1<sup>er</sup> semestre 2017 notamment avec la sortie vidéo du film *Radin*. L'activité VOD, quant à elle, progresse sur un an grâce notamment à la performance des nouveautés exclusives comme *Radin* et *Demain tout commence*.

### Divertissement

#### TF1 Entertainment

TF1 Entertainment réalise un bon premier semestre avec une croissance de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel, principalement grâce à l'activité Musique qui affiche de bonnes performances, portées par le

<sup>1</sup> Médiamat'Thématik (vague 33 – janvier à juin 2017), univers payant.

Label (avec les contributions de *The Voice*, *M.Pokora*, *NRJ Music Award* et *V. Niclo*) et les Partenariats spectacles (avec *Stars 80*, *42<sup>nd</sup> Street*, *Disney sur glace* ou *Saturday Night Fever*). L'activité Jeux progresse également grâce aux ventes à l'export et, sur la France, de la mise en vente du jeu *Mille Bornes Cars 3*.

### Téléshopping

Au premier semestre 2017, le chiffre d'affaires de l'activité de Téléshopping est en retrait sur un an,

notamment sous l'effet de ruptures de stock en cours de résolution. Une meilleure maîtrise des coûts variables, principalement liés aux entrepôts, permet à l'activité d'afficher un résultat opérationnel courant en progression par rapport à 2016.

Téléshopping, qui fête cette année ses 30 ans d'antenne, enregistre ses meilleures ventes sur le début de l'année 2017 avec les produits suivants : *Minci Cook* et *Range Max*.

## 1.5. Perspectives

Les performances du Groupe au premier semestre 2017, notamment en matière de chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes gratuites (+1,2 %), la croissance de sa part d'audience sur cibles (+ 1,1 point), l'accroissement de sa part de marché publicitaire brute et l'amélioration de sa rentabilité confortent la tendance amorcée depuis la rentrée 2016 et démontrent la pertinence de la stratégie multichaînes.

La diffusion de nouveaux programmes tels que la saga d'été *Demain nous appartient*, produite par Newen Studios et de nouvelles fictions françaises (*La Mante*, *Le Tueur du lac*, *Les Chamois*, *Les Bracelets rouges*), combinée à celle de programmes de marques fortes et emblématiques (*Koh-Lanta*, *Danse avec les stars*, *The Voice Kids*), marquera la fin de l'année. Dans un contexte concurrentiel fort en termes de programmation, le Groupe investira, au cours du second semestre, dans des programmes puissants, dans le respect de ses objectifs.

Le second semestre 2017 ouvre aux annonceurs de nouvelles opportunités d'investissements publicitaires pour 2018, notamment dans le domaine du digital, grâce à l'alliance européenne de régies digitales *EBX*<sup>1</sup> et au lancement de *Studio 71 France*. Enfin, le décrochage publicitaire en Belgique permettra aux annonceurs, dès la fin 2017, d'adresser le public belge francophone.

Le groupe TF1 confirme ainsi ses *guidances*, à savoir :

- Maintien de la part de marché publicitaire, à travers la valorisation des inventaires *premium*, la croissance des chaînes de la TNT et des inventaires digitaux, et réalisation de 25 à 30 millions d'euros d'économies récurrentes (hors coûts des programmes) dans le cadre du plan *Recover*.
- Sur la période 2017-2019, poursuite de la maîtrise des coûts de programmes et de l'optimisation des investissements dans les contenus, pour maintenir le coût annuel moyen des programmes (hors événements sportifs) à 980 millions d'euros pour les cinq chaînes gratuites.
- Amélioration de la rentabilité du groupe TF1, avec un objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019, et une croissance des activités hors publicité des cinq chaînes gratuites qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé en 2019.

## 1.6. Événements importants postérieurs à la clôture

Cf. note 13 - Événements postérieurs à la clôture des notes annexes aux états financiers consolidés condensés.

<sup>1</sup> *European Broadcaster Exchange*.

## 1.7. Responsabilité sociétale de l'entreprise

### De la RSE vers l'engagement sociétal : la démarche TF1 Initiatives

Une réflexion engagée depuis 2016 sur l'évolution de la démarche RSE du Groupe a conduit à la conception du plan d'ensemble TF1 Initiatives, qui sera présenté à toutes les parties prenantes à la rentrée. Plus cohérente avec l'évolution du Groupe, recentrée sur des enjeux proches de ses métiers, plus visible et valorisant l'engagement des collaborateurs, cette politique reflète une nouvelle ambition, claire et fédératrice des multiples actions du Groupe. Elle sera organisée autour de trois domaines d'engagement : la solidarité, la diversité et la société durable, et sera portée par une marque forte, TF1 Initiatives. Le Comité TF1 Initiatives qui portera les actions sera piloté par la Direction RSE et rassemblera des représentants de toutes les directions et structures de l'entreprise, notamment les rédactions, les antennes et TF1 Publicité, ainsi que la Fondation.

### Environnement

#### Le groupe TF1, partenaire du Prix Jeunes pour l'Environnement EpE-LCI 2017

L'association française des Entreprises pour l'Environnement (EpE), en partenariat avec LCI, a décerné le lundi 19 juin au Conseil Economique Social et Environnemental à Paris, ses prix dans le cadre de la 12<sup>ème</sup> édition du Prix Jeunes pour l'Environnement. Cette année, les jeunes de moins de 30 ans étaient invités à réfléchir à la question suivante : "Consommation : quel message vous ferait basculer ?". Application mobile, campagne virale, art ou astuce, culture, produit ou service concret, ou autre, du bâtiment à la mobilité ou au produit de grande consommation, qu'est-ce qui permettra demain de faire la différence en réduisant massivement l'impact de nos achats sur l'environnement ? Parmi tous les projets reçus, 47 ont été retenus et soumis à un jury composé de 25 personnes issues du monde de l'enseignement, de l'entreprise ou encore du journalisme. Après délibération, le jury, présidé par la journaliste de LCI Sylvia Amicone, a décidé d'attribuer le premier prix au projet porté par Coline Nelson, My Water Can. Il prévoit le développement d'une application mobile qui apparaît comme un jeu dont le but est de récolter de l'eau pour arroser et faire grandir ses plantes. L'utilisateur gagne de l'eau chaque fois qu'il change ses habitudes de vie et de consommation pour des gestes responsables. Il prend conscience de son impact

sur l'environnement par la croissance de sa plante. La jeune lauréate repart avec la somme de

5 000 euros offerte par le groupe de luxe Kering. Les trois autres sponsors de l'opération, Club Med, GreenFlex et Actu-environnement ont remis des prix de 3 000€, 2 000€ et 1 000€ aux autres lauréats.

### Solidarité

#### Des événements sportifs pour soutenir la recherche médicale

Du 10 au 14 mai, l'Association sportive de TF1 a proposé aux collaborateurs du Groupe de participer à la 3<sup>ème</sup> édition de la *No finish line*, une course solidaire en faveur de l'enfance. Cet événement sportif et solidaire a été créé en 1999 à Monaco et sa version parisienne a été lancée en 2015 sur le Champ de Mars, au pied de la Tour Eiffel. Accessible à tous, le concept est simple et insolite. Il s'agit de courir ou marcher, seul ou à plusieurs, autour d'un parcours de 1 300 mètres, ouvert 24h/24 durant 5 jours. L'inscription est unique : les participants sont invités à venir et revenir autant de fois qu'ils le souhaitent. A chaque kilomètre réalisé par les participants, l'organisation et ses partenaires reversent 1 € à des projets en faveur de l'enfance. Cette année encore, la *No Finish Line Paris by Siemens* s'associe au Samu social de Paris et à La Chaîne de l'Espoir.

TF1 a également participé à l'opération *Une jonquille pour Curie* lundi 20 et mardi 21 mars à l'Atrium aux côtés de l'Institut Curie pour faire fleurir l'espoir contre le cancer. L'Institut Curie invite en effet les Français à se mobiliser tout au long du mois de mars pour soutenir la lutte contre le cancer. L'objectif : sensibiliser le grand public à l'importance de cette cause nationale et financer d'importants programmes de recherche en cancérologie à l'Institut Curie, acteur de référence en ce domaine. Le principe de l'animation dans l'entreprise comprend deux vélos connectés mis à disposition dans les locaux. Les collaborateurs qui le souhaitent pédalent au profit de la recherche. Pour chaque kilomètre parcouru, 1 € sera reversé à l'Institut Curie par le sponsor de l'opération Swiss Life.

## Promotion de la diversité et lutte contre toutes les discriminations

### Handicap : opération HandiAlternance, TF1 et Bouygues s'associent

Les 15 et 19 mai, TF1 a organisé dans ses locaux, avec l'ensemble des filiales du groupe Bouygues, une opération de recrutement en alternance destinée aux personnes en situation de handicap. 43 postes étaient à pourvoir dans plusieurs filiales du Groupe Bouygues, proposés en ligne sur le site de l'AGEFIPH.

A l'initiative de TF1, l'opération *HandiAlternance* est née en 2013 suite au constat de l'inadéquation entre le niveau de qualification des candidats en situation de handicap et les postes proposés au sein du Groupe. Le choix de l'alternance permet ainsi de recruter des candidats et de les accompagner dans le cadre de leur formation. Elle s'adresse à de jeunes candidats mais aussi à des candidats plus seniors en reconversion professionnelle. Bouygues Immobilier rejoint l'opération en 2014 puis c'est au tour de l'ensemble des filiales du groupe Bouygues en 2016. Contrairement à un *job dating* classique, l'intérêt de cet événement réside en un accompagnement en amont des candidats via des ateliers de préparation aux entretiens de recrutement et des conseils dans le choix de la formation. Un stage de 2 semaines sera proposé aux candidats retenus sur le poste courant juin, l'intégration en alternance des candidats se fera en septembre/octobre 2017.

### Le concours TFOU d'animation, pour sensibiliser les enfants à l'égalité et la mixité

Projeté en avant-première le jeudi 8 juin en ouverture du Prix Media de l'association Enfance Majuscule, le film lauréat du concours de scénario TFOU d'ANIMATION 2016/2017 *1 chambre pour 2*, co-écrit par Johanna Goldschmidt et Laure-Elisabeth Bourdaud et réalisé par Tant Mieux Prod, a été diffusé le lundi 12 juin sur TFOU et sur l'ensemble de son écosystème digital (MYTF1, TFOUMAX et sur la page Facebook TFOU).

Comme les années précédentes, l'édition 2016/2017 s'est inscrite dans une démarche citoyenne de sensibilisation des enfants. Chaque projet scénaristique reçu devait défendre la mixité et l'égalité, et répondre au slogan "Filles et garçons, tous à fond !".

Co-organisée avec la SACD, l'édition 2017/2018 du CONCOURS TFOU d'ANIMATION sera dévoilée à la rentrée dans une nouvelle version.

## Lutte contre les discriminations LGBT : renouvellement de l'engagement du groupe et de ses collaborateurs

Mercredi 17 mai, à l'occasion de la Journée internationale de lutte contre l'homophobie et la transphobie, le pôle Diversité a proposé aux collaborateurs de s'associer à l'engagement du groupe TF1 dans la lutte contre les discriminations liées à l'orientation et l'identité sexuelle. Un vidéomaton a été installé devant le restaurant d'entreprise afin que les collaborateurs le souhaitant s'associent à l'engagement du Groupe, soit en écrivant un mot sur un iPad, en disant quelques mots ou en affichant un *emoji* sur Facebook. Une vidéo a ensuite été réalisée et diffusée sur les supports de communication interne ainsi que sur les réseaux sociaux du Groupe.

C'est en octobre 2015 que le groupe TF1 a signé la Charte d'engagement LGBT\* contre les discriminations liées à l'orientation et l'identité sexuelle en présence du comité exécutif et des élus. En novembre 2016, l'association L'Autre cercle\*\* publiait un livre intitulé *Mon employeur a fait son coming out*, réunissant 80 interviews de dirigeants et collaborateurs d'entreprises signataires de la Charte. Arnaud Bosom, DRH du Groupe, et Christophe Beaugrand, journaliste et ambassadeur de notre engagement, ont participé à cet ouvrage.

TF1 sera partenaire des premiers OUT d'OR, qui auront lieu le 29 juin 2017. L'objectif est de récompenser les initiatives qui ont permis de faire avancer la visibilité LGBT dans les médias.

\* lesbiennes, gay, bisexuelles et transgenres.

\*\* cette association lutte contre les discriminations liées à l'orientation sexuelle et l'identité de genre.

### En route vers le renouvellement du label Diversité

Le groupe TF1 a sollicité un renouvellement du label Diversité, obtenu une première fois en décembre 2010. L'audit mené par l'AFNOR, qui s'est déroulé fin mars, sera suivi d'un passage devant la Commission de labellisation le 6 juillet. Le Groupe, très mobilisé sur la question de la diversité tant à l'intérieur de l'entreprise que sur ses antennes, attend la réponse de l'AFNOR à la rentrée.

## 1.8. Gouvernance

Lors de l'Assemblée Générale des actionnaires du 13 avril 2017, les mandats d'administrateurs de Catherine Dussart et d'Olivier Bouygues ont été renouvelés pour une durée de trois ans.

Ces renouvellements permettent de maintenir le taux de 44 % d'administrateurs indépendants et le taux de 44 % de femmes au Conseil d'Administration (sans prendre en compte les deux administratrices représentantes du personnel).

## 1.9. Point social

Au 30 juin 2017, le groupe TF1 compte 2 778 collaborateurs en CDI.

## 1.10. Performances boursières

Au 30 juin 2017, l'action TF1 clôture à 12,26 euros, soit une hausse de 28,26 % par rapport au 30 juin 2016. Le CAC 40 et le SBF 120 connaissant respectivement sur cette même période une hausse de 20,84 % et 21,97 %.

Au cours des six premiers mois de l'année, l'action augmente de 29,72 %, dans le contexte d'une croissance de 5,31 % pour le CAC 40 et de 6,58 % pour le SBF 120.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 30 juin 2017, de 2,57 milliards d'euros contre 2,01 milliards d'euros à la fin juin 2016.

## 1.11. Evolution du capital

	Situation au 30 juin 2017		
	Nombres d'actions	% du capital	% de droits de vote
<b>Bouygues</b>	<b>91 946 297</b>	<b>43,9 %</b>	<b>43,9 %</b>
<b>Salariés TF1</b>	<b>14 995 601</b>	<b>7,1 %</b>	<b>7,1 %</b>
<i>Dont FCPE TF1</i>	14 815 949	7,0 %	7,0 %
<i>Dont salariés au nominatif</i>	179 652	0,1%	0,1%
<b>Flottant</b>	<b>102 697 644</b>	<b>49,0 %</b>	<b>49,0 %</b>
<b>Auto-détention</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>209 639 542</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

	Situation au 31 décembre 2016		
	Nombres d'actions	% du capital	% de droits de vote
<b>Bouygues</b>	<b>91 946 297</b>	<b>43,9%</b>	<b>43,9%</b>
<b>Salariés TF1</b>	<b>15 202 469</b>	<b>7,3%</b>	<b>7,3%</b>
<i>Dont FCPE TF1</i>	15 043 947	7,2%	7,2%
<i>Dont salariés au nominatif</i>	158 522	0,1%	0,1%
<b>Flottant</b>	<b>102 268 776</b>	<b>48,8%</b>	<b>48,8%</b>
<b>Auto-détention</b>	<b>0</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>209 417 542</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## 1.12. Transaction avec des parties liées

Il n'y a pas eu d'évolution significative concernant les parties liées depuis la publication du Document de référence de TF1, déposé le 8 mars 2017 auprès de l'AMF (D.17-0136) hormis la variation du compte courant de trésorerie avec l'entité Bouygues Relais.

## 1.13. Facteurs de risques

### Facteurs de risques

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

Les facteurs de risques principaux identifiés par le Groupe sont les suivants :

- **Risques opérationnels :**
  - risques de perte de programmes clés,
  - risques de programmes acquis devenus impropres à la diffusion,
  - risques liés à l'environnement économique ;
- **Risques industriels et environnementaux :**
  - diffusion des programmes de TF1 : risque d'interruption du transport du signal et risque d'inexécution,
  - cyber-attaques,
  - risque d'intrusion lors d'émissions en public et en direct,
  - risques liés à la croissance de la Télévision Numérique Terrestre et au développement d'Internet et des nouveaux supports,
- risques liés aux évolutions du spectre hertzien et à la généralisation du MPEG-4 sur la TNT ;
- **Risques juridiques :**
  - liés à l'autorisation d'émettre et au pouvoir de sanction du CSA,
  - liés à la pression sociétale sur la publicité et les programmes,
  - liés à des taxations supplémentaires ou à des évolutions législatives,
  - liés à la copie privée sur le cloud (*Network Personal Video Recorder – NPVR*),
  - liés à la demande de rémunération du signal et des services associés du programme TF1 (TF1 premium),
  - liés aux droits de propriété intellectuelle (droit d'auteur, droits voisins),
  - liés au droit de la concurrence,
  - litiges ;
- **risques liés à la responsabilité sociale, sociétale et environnementale ;**
- **risques de crédit et/ou de contrepartie ;**
- **risques financiers :**
  - risques de liquidité,
  - risques de marché ;

Le groupe TF1 a mis en place une politique de gestion générale ou spécifique face à ces risques,

ainsi qu'un dispositif de Contrôle Interne pour contribuer à la maîtrise des activités, à l'efficacité des opérations et à l'utilisation efficiente des ressources de la société. Un tel dispositif ne peut toutefois fournir une garantie absolue quant à la réalisation des objectifs et à la maîtrise globale des risques auxquels le Groupe peut être confronté.

Depuis la publication des principaux risques et de la politique de gestion mise en place face à ces risques (pages 46 à 53 du Document de référence de TF1 n°D.17-0136), des précisions sont apportées sur les points suivants :

## **Cyberattaques**

### *Descriptif du risque*

Les cyberattaques ayant impacté ces dernières années SONY PICTURES et TV5 MONDE ont conduit TF1 à réévaluer les menaces extérieures pouvant déstabiliser sa diffusion et plus généralement son activité.

Comme en témoignent les récentes attaques virales d'envergure mondiale (WannaCry et Petya), les tentatives d'intrusions réussies ou non au sein des systèmes d'information des entreprises sont désormais récurrentes. C'est pourquoi TF1 a encore renforcé son seuil de vigilance et travaille de manière constante à la sécurisation de ses sites, activités et infrastructures.

### *Gestion du risque*

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

Les attaques virales WannaCry et Petya ont mis en évidence la nécessité d'avoir une politique de sauvegarde performante des données, d'être très réactifs dans l'application des correctifs de sécurité aux systèmes d'information et de protéger efficacement ses datacenters par des firewalls. Les sauvegardes de TF1 sont parfaitement gérées mais TF1 a défini deux plans d'actions pour développer sa capacité à déployer

plus rapidement et plus efficacement les correctifs sur l'ensemble du parc, et systématiser le déploiement de firewalls pour protéger ses datacenters IT et broadcasts.

## **Risques liés au droit de la concurrence**

Afin de se prémunir du risque de poursuites pour des comportements répréhensibles au regard du droit de la concurrence (entente illicite, abus de position dominante), le Secrétariat général du groupe TF1 dispose d'un service réglementaire et concurrence ainsi que de juristes sensibilisés au droit de la concurrence au sein de chaque entité. Les collaborateurs bénéficient de formations sur ces problématiques et doivent, en cas de doute sur la licéité d'une situation ou d'une pratique qu'ils souhaitent mettre en œuvre, consulter au préalable leur hiérarchie et le service juridique.

### *Plainte pour position dominante sur le marché de la publicité*

Les groupes Canal Plus, M6 et NextRadioTV ont chacun déposé plainte contre TF1 auprès de l'Autorité de la concurrence pour abus de position dominante sur le marché de la publicité télévisuelle.

Un rapporteur a été désigné par l'Autorité de la concurrence pour instruire ces plaintes et TF1 Publicité a été auditionnée en janvier 2015. TF1 a déposé auprès de l'Autorité de la concurrence et du CSA une étude économique du cabinet RBB sur l'évolution pro-concurrentielle de la position de TF1 sur le marché publicitaire.

À ce jour, les plaintes de Canal Plus et M6 sont toujours en cours d'instruction. En revanche, l'Autorité de la concurrence a clôturé définitivement le dossier NextRadio TV et donc rejeté la plainte.

### *Plainte pour entente*

Le groupe Canal Plus a déposé une plainte contre TF1 auprès de l'Autorité de la concurrence pour entente sur le droit de 1er et dernier refus et droit de préemption dont bénéficie TF1 Films Production relatif aux œuvres cinématographiques qu'elle finance.

Un rapporteur a été désigné par l'Autorité de la concurrence pour instruire cette plainte et TF1 a été auditionnée en mars 2015.

Pour autant, aucune notification de griefs n'a été adressée à TF1 par l'Autorité de la concurrence à ce jour.

## 1.14. Calendrier prévisionnel

- **30 octobre 2017** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2017.

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

## 1.15. Glossaire

### **BFR**

Besoin en fonds de roulement. Actif courant – passif courant (y compris provisions courantes, hors trésorerie, dettes financières courantes et instruments financiers).

### **Chiffre d'affaires publicitaire brut**

Tarifs plaquette transmis par les régies conformément à leurs conditions générales de vente, hors remises et dégressifs, appliqués à un volume de publicité vendu.

### **Chiffre d'affaires publicitaire net**

Chiffre d'affaires publicitaire brut, minoré des remises concédées aux annonceurs.

### **Coût des programmes**

Somme du coût des programmes diffusés sur les chaînes en clair du Groupe, de celui des programmes mis au rebut ou arrivant en fin de droits, des provisions passées au titre de la programmation (hors événements sportifs) et des plus ou moins-values de cession intra-Groupe.

### **Résultat opérationnel courant**

Résultat calculé à partir du chiffre d'affaires et autres produits d'exploitation courants, desquels sont soustraites les charges d'exploitation courantes.

### **Résultat opérationnel**

Résultat calculé à partir du résultat opérationnel courant, duquel sont soustraits les autres produits et charges opérationnels non courants.

### **Trésorerie nette**

La trésorerie nette est la trésorerie disponible, après déduction de l'endettement brut.

## 2. Comptes consolidés condensés au 30 juin 2017

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.

### Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2017	1er semestre 2016	Exercice 2016	2ème trimestre 2017	2ème trimestre 2016
Recettes publicitaires		782,1	770,1	1 530,1	417,0	414,0
Autres revenus		254,6	255,1	532,6	120,8	129,3
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>1 036,7</b>	<b>1 025,2</b>	<b>2 062,7</b>	<b>537,8</b>	<b>543,3</b>
Autres produits de l'activité		15,9	5,4	14,1	7,5	2,1
Achats consommés et variation de stocks		(433,3)	(470,0)	(923,2)	(219,0)	(238,4)
Charges de personnel		(207,5)	(207,3)	(403,9)	(105,4)	(102,9)
Charges externes		(177,5)	(186,9)	(369,9)	(82,9)	(85,4)
Impôts et taxes		(63,3)	(60,7)	(127,2)	(29,7)	(27,6)
Dotations nettes aux amortissements		(68,2)	(91,3)	(177,6)	(21,6)	(41,4)
Dotations nettes aux provisions		(16,5)	(18,9)	(80,6)	(24,0)	(25,7)
Autres produits d'exploitation		82,7	115,6	242,6	37,1	45,6
Autres charges d'exploitation		(61,4)	(53,6)	(107,6)	(28,5)	(26,9)
<b>Résultat opérationnel courant</b>		<b>107,6</b>	<b>57,5</b>	<b>129,4</b>	<b>71,3</b>	<b>42,7</b>
Autres produits opérationnels		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles	10	(11,6)	(54,7)	(83,7)	(5,8)	(20,7)
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>96,0</b>	<b>2,8</b>	<b>45,7</b>	<b>65,5</b>	<b>22,0</b>
Produits sur endettement financier		0,2	0,5	0,6	0,2	0,2
Charges sur endettement financier		(1,3)	(1,1)	(1,8)	(0,4)	(0,6)
<b>Coût de l'endettement financier net</b>		<b>(1,1)</b>	<b>(0,6)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>(0,2)</b>	<b>(0,4)</b>
Autres produits financiers		9,3	0,5	4,3	9,0	0,3
Autres charges financières		(3,6)	(1,6)	(8,8)	(3,6)	(1,4)
Impôt		(33,2)	(0,2)	(5,9)	(24,0)	(9,3)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	6	7,1	0,1	9,9	-	2,2
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>		<b>74,5</b>	<b>1,0</b>	<b>44,0</b>	<b>46,7</b>	<b>13,4</b>
<b>Résultat net des activités cédées ou en cours de cession</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Résultat net</b>		<b>74,5</b>	<b>1,0</b>	<b>44,0</b>	<b>46,7</b>	<b>13,4</b>
<b>attribuable au Groupe :</b>		<b>74,6</b>	<b>(0,6)</b>	<b>41,7</b>	<b>46,9</b>	<b>12,5</b>
Résultat net des activités poursuivies		74,6	(0,6)	41,7	46,9	12,5
<b>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :</b>		<b>(0,1)</b>	<b>1,6</b>	<b>2,3</b>	<b>(0,2)</b>	<b>0,9</b>
Résultat net des activités poursuivies		(0,1)	1,6	2,3	(0,2)	0,9
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		209 528	209 173	209 444	209 595	209 262
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,36	0,00	0,20	0,23	0,06
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,35	0,00	0,20	0,22	0,06

## Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	1er semestre 2017	1er semestre 2016	Exercice 2016
<b>Résultat net consolidé</b>	<b>74,5</b>	<b>1,0</b>	<b>44,0</b>
<b>Eléments non recyclables en résultat net</b>			
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel		-	(3,7)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat		-	1,3
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres		-	
<b>Eléments recyclables en résultat net</b>			
Réévaluation des instruments dérivés de couverture <sup>(1)</sup>	(4,2)	(2,0)	0,8
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente		-	
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées		-	
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	1,5	0,7	(0,3)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres		-	
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(1,3)</b>	<b>(1,9)</b>
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>	<b>71,8</b>	<b>(0,3)</b>	<b>42,1</b>
<i>attribuable au Groupe</i>	71,9	(1,9)	39,7
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	(0,1)	1,6	2,4

<sup>(1)</sup> Dont en juin 2017, recyclage en résultat des couvertures de flux de trésorerie pour (2,1) millions d'euros.

## Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2017.06	2016.12	2016.06
<b>Goodwill</b>	5	575,7	560,9	563,3
<b>Immobilisations incorporelles</b>		247,4	237,2	236,6
Droits audiovisuels		184,2	174,4	175,8
Autres immobilisations incorporelles		63,2	62,8	60,8
<b>Immobilisations corporelles</b>		176,8	174,0	173,8
<b>Participations dans les coentreprises et les entreprises associées</b>	6	22,7	89,3	86,0
<b>Actifs financiers non courants</b>		58,8	31,7	34,7
<b>Actifs d'impôt non courants</b>		-	-	-
<b>Total actifs non courants</b>		1 081,4	1 093,1	1 094,4
<b>Stocks et en-cours</b>		656,5	677,5	714,2
Programmes et droits de diffusion		637,5	661,9	696,2
Autres stocks		19,0	15,6	18,0
<b>Clients et autres débiteurs</b>		1 158,7	979,8	1 107,4
<b>Actifs d'impôt courants</b>		-	40,2	28,6
<b>Autres actifs financiers courants</b>		-	4,9	-
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie</b>		505,7	420,2	358,3
<b>Total actifs courants</b>		2 320,9	2 122,6	2 208,5
<b>Actifs d'activités en cours de cession</b>		-	-	-
<b>TOTAL ACTIF</b>		3 402,3	3 215,7	3 302,9
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)</b>	9	247,6	186,7	133,1

<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b> (en millions d'euros)	<b>2017.06</b>	<b>2016.12</b>	<b>2016.06</b>
Capital	41,9	41,9	42,2
Primes et réserves	1 386,8	1 409,8	1 422,1
Résultat consolidé de l'exercice	74,6	41,7	(0,6)
<b>Total capitaux propres part du groupe</b>	<b>1 503,3</b>	<b>1 493,4</b>	<b>1 463,7</b>
Participations ne donnant pas le contrôle	-	(0,8)	12,4
<b>Total capitaux propres</b>	<b>1 503,3</b>	<b>1 492,6</b>	<b>1 476,1</b>
<b>Dettes financières non courantes</b>	<b>249,1</b>	<b>224,9</b>	<b>203,5</b>
<b>Provisions non courantes</b>	<b>56,0</b>	<b>54,2</b>	<b>52,2</b>
<b>Passifs d'impôt non courants</b>	<b>39,9</b>	<b>42,9</b>	<b>42,6</b>
<b>Total passifs non courants</b>	<b>345,0</b>	<b>322,0</b>	<b>298,3</b>
<b>Dettes financières courantes</b>	<b>9,0</b>	<b>8,6</b>	<b>21,7</b>
<b>Fournisseurs et autres créditeurs</b>	<b>1 518,6</b>	<b>1 368,0</b>	<b>1 468,4</b>
<b>Provisions courantes</b>	<b>13,9</b>	<b>24,5</b>	<b>37,0</b>
<b>Passifs d'impôt courants</b>	<b>9,6</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Autres passifs financiers courants</b>	<b>2,9</b>	<b>-</b>	<b>1,4</b>
<b>Total passifs courants</b>	<b>1 554,0</b>	<b>1 401,1</b>	<b>1 528,5</b>
<b>Passifs d'activités en cours de cession</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>3 402,3</b>	<b>3 215,7</b>	<b>3 302,9</b>

## Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2017	1er semestre 2016	Exercice 2016
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		74,5	1,0	44,0
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		96,1	121,1	242,9
Résultat de cessions d'actifs		(5,5)	0,4	0,5
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		(7,1)	(0,1)	(8,4)
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(8,6)	(2,0)	(18,6)
<b>Sous-total</b>		<b>149,4</b>	<b>120,4</b>	<b>260,4</b>
Coût de l'endettement financier net		1,1	0,6	1,2
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		33,2	0,2	5,9
<b>Capacité d'autofinancement</b>		<b>183,7</b>	<b>121,2</b>	<b>267,5</b>
Impôts versés (-) / remboursés (+)		20,5	(44,5)	(53,4)
Variation du BFR lié à l'activité		(26,5)	(37,8)	14,5
<b>Flux nets de trésorerie générés par l'activité</b>		<b>177,7</b>	<b>38,9</b>	<b>228,6</b>
Décassements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(93,7)	(101,4)	(205,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		0,7	0,3	0,3
Décassements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(28,4)	(2,3)	(7,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		9,2	-	2,5
Incidence des variations de périmètre	11	64,5	(105,6)	(104,9)
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		(23,7)	(178,7)	(186,5)
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		84,6	2,1	9,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		3,6	71,0	72,1
Dividendes reçus		-	-	-
Autres flux liés aux opérations d'investissement		(2,5)	(3,5)	(0,8)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>		<b>(50,2)</b>	<b>(212,5)</b>	<b>(315,6)</b>
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		1,4	1,4	1,9
Rachats et reventes d'actions propres		-	(11,4)	(21,4)
Autres opérations entre actionnaires		(1,4)	(1,8)	(0,8)
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	12	(58,6)	(167,3)	(167,3)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		24,3	7,8	85,7
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(6,5)	-	(91,4)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		(0,8)	(0,6)	(1,2)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement</b>		<b>(41,6)</b>	<b>(171,9)</b>	<b>(194,5)</b>
<b>VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES</b>		<b>85,9</b>	<b>(345,5)</b>	<b>(281,5)</b>
<b>Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies</b>		<b>419,3</b>	<b>700,8</b>	<b>700,8</b>
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		85,9	(345,5)	(281,5)
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies</b>		<b>505,2</b>	<b>355,3</b>	<b>419,3</b>



### 1. Faits marquants

#### 1.1 Cession du Groupe AB

Le 30 janvier 2017, TF1 a accepté l'offre sous conditions suspensives de Mediawan SA, relative à l'acquisition de sa participation de 33,5% dans Groupe AB. Au 31 mars 2017, les conditions suspensives ayant été levées, la cession de cette participation a pris effet et a généré une plus-value provisoire, dans l'attente de la validation de la trésorerie nette de Groupe AB au 31 mars 2017, comptabilisée dans le résultat consolidé en « Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées ».

#### 1.2 Acquisition du Groupe Tuvalu

Le 6 février 2017, le groupe Newen a finalisé l'acquisition d'une participation de 70,65% du capital de la société Tuvalu Media Netherlands BV, société mère du groupe Tuvalu (production audiovisuelle aux Pays-Bas et en Belgique). Le groupe Tuvalu est intégré globalement dans les comptes consolidés du groupe TF1 à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017.

Les cédants et le groupe Newen ont conclu un pacte d'actionnaires qui définit notamment les modalités d'exercice de promesses réciproques par lesquelles les cédants disposent de la faculté de vendre, et Newen Studios dispose de la faculté d'acheter, la participation résiduelle de 29,35% du capital, entre 2020 et 2023.

#### 1.3 Acquisition de Minute Buzz

En janvier 2017, le groupe TF1 a finalisé l'acquisition d'une participation de 62,9% du capital de MinuteBuzz, groupe média spécialisé dans l'agrégation et la production/diffusion de vidéos sur les réseaux sociaux. Un pacte d'actionnaires a été conclu entre les actionnaires et le groupe TF1, il prévoit une autonomie de gestion importante des fondateurs. Le pacte d'actionnaires définit également les modalités d'exercice de promesses réciproques par lesquelles les fondateurs disposent de la faculté de vendre, et le groupe TF1 dispose de la faculté d'acheter, la participation résiduelle de 37,1% du capital, entre 2017 et 2020.

En application des accords entre le groupe TF1 et les fondateurs, le groupe TF1 a acquis 4,7% du capital en juin 2017, portant sa participation à 67,6%.

MinuteBuzz est intégrée par mise en équivalence dans les comptes consolidés du groupe TF1 à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017.

#### 1.4 Prise de participation dans Studio 71

En janvier 2017, le groupe TF1 a pris une participation de 6,1 % du capital de Studio 71. Cette participation, évaluée à la juste valeur est comptabilisée dans les titres non consolidés du groupe TF1.

### 2. Principes et méthodes comptables

#### 2.1. Déclaration de conformité et base de préparation des états financiers

Les états financiers consolidés condensés au 30 juin 2017 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales telles que définies par la norme IAS 34 et doivent donc se lire en complément des états financiers consolidés audités

de l'exercice clos le 31 décembre 2016 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2016 déposé auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) le 8 mars 2017 sous le numéro D.17-0136.

Les états financiers consolidés du groupe TF1 intègrent les comptes de TF1 SA et de ses filiales et coentreprises ainsi que les participations du Groupe dans les entreprises associées. Ils tiennent compte des recommandations de présentation du CNC (devenu l'ANC) n°2009-R-03 du 2 juillet 2009 en matière d'états financiers.

Ils sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 21 juillet 2017 et ont fait l'objet d'un examen limité par les Commissaires aux Comptes.

## 2.2. Nouvelles normes IFRS

2.2.1. *Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union européenne d'application obligatoire ou pouvant être appliqués par anticipation pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017*

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 juin 2017, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2016.

2.2.2. *Normes, amendements et interprétations publiés par l'IASB et approuvés par l'Union européenne*

Norme	Date d'application IASB	Impacts Groupe attendus
<b>IFRS 15</b> : produits provenant de contrats avec les clients	1 <sup>er</sup> janvier 2018	Le 28 mai 2014, l'IASB a publié une nouvelle norme sur la comptabilisation du revenu appelée à remplacer la plupart des dispositions existantes en IAS 18 et IAS 11. La nouvelle norme, adoptée par l'UE le 29 octobre 2016, est applicable au 1 <sup>er</sup> janvier 2018, avec une application anticipée autorisée. Les principales évolutions de traitement comptable analysées concernent notamment les mandats de commercialisation, ainsi que la date de reconnaissance du chiffre d'affaires généré par la vente de droits, notamment TV et SVOD.
<b>IFRS 9</b> : instruments financiers, classification et évaluation des actifs financiers	1 <sup>er</sup> janvier 2018	Le 24 juillet 2014, l'IASB a publié une nouvelle norme sur les instruments financiers appelée à remplacer la plupart des dispositions existantes en IFRS, notamment IAS 39. La nouvelle norme, adoptée par l'Union européenne le 22 novembre 2016, est applicable au 1 <sup>er</sup> janvier 2018. L'impact de cette norme est en cours d'évaluation.

2.2.3. Normes, amendements et interprétations publiés par l'IASB mais non encore approuvés par l'Union européenne

Norme	Date d'application IASB	Impacts Groupe attendus
IFRS 16 : contrats de location	1 <sup>er</sup> janvier 2019	Le 13 janvier 2016, l'IASB a publié la norme IFRS 16 « contrats de location ». IFRS 16 remplacera IAS 17 ainsi que les interprétations IFRIC et SIC associées et viendra supprimer la distinction qui était précédemment faite entre « contrats de location simple » et « contrat de location financement ». Les preneurs devront comptabiliser tous les contrats de location d'une durée de plus d'un an de manière analogue aux modalités actuellement prévues pour les contrats de location financement par IAS 17 et comptabiliser ainsi un actif et un passif au titre des droits et obligations créés par un contrat de location. La nouvelle norme, non adoptée par l'Union européenne, est applicable au 1 <sup>er</sup> janvier 2019. L'impact de cette norme est en cours d'évaluation.

### 2.3. Changements de méthode comptable

En 2017, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables.

### 2.4. Recours à des estimations

La préparation des états financiers consolidés condensés du groupe TF1 implique que le Groupe procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses jugées réalistes ou raisonnables. Certains faits et circonstances ultérieurs pourraient conduire à des changements de ces estimations ou hypothèses, ce qui affecterait la valeur des actifs, passifs, capitaux propres et résultat du Groupe.

Les principales méthodes comptables dont l'application nécessite le recours à des estimations portent sur les éléments suivants :

- dépréciation des droits audiovisuels, immobilisés et détenus en stocks ;
- dépréciation des *goodwill* en cas d'indice de perte de valeur ;
- dépréciation des programmes et droits de diffusion ;
- évaluation des provisions.

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2016 et qu'aux arrêts intermédiaires 2016 et 2017. A la date d'arrêt des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

### 2.5. Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les périodes janvier / février et juillet / août sont traditionnellement plus faibles en volume que celles des autres mois de l'année.

### 3. Variations du périmètre de consolidation

#### 3.1 Cession du Groupe AB

Suite à l'accord de cession du Groupe AB (cf. faits marquants), la participation de 33,5% détenue par le groupe TF1 a été déconsolidée à la clôture du premier trimestre 2017 et le résultat de cession net d'impôt généré par l'opération a été constaté en résultat en « Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées ».

#### 3.2 Acquisition du Groupe Tuvalu par Newen Studios

Suite à la prise de participation de 70,65% du capital de Tuvalu Media Netherlands BV et au contrôle exclusif exercé par Newen Studios sur celle-ci, Tuvalu Media Netherlands BV et ses filiales sont consolidées en intégration globale dans les comptes du groupe TF1 à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017 (cf. faits marquants). Elles sont présentées dans le secteur « Studios et divertissements » de l'information sectorielle.

L'engagement de rachat des minoritaires a été traité comme une « acquisition anticipée » selon les termes de la norme IFRS 3 révisée avec pour conséquences :

- Un pourcentage d'intérêt du groupe TF1 dans le groupe Tuvalu porté à 100%, le résultat net du groupe Tuvalu sera alloué en totalité au résultat net part du groupe.
- La comptabilisation dans les comptes consolidés au 30 juin 2017 de l'engagement de rachat des 29,35% du capital détenus par les actionnaires minoritaires, montant comptabilisé en dette financière non courante en contrepartie des capitaux propres du groupe.

Cette opération a généré un *goodwill* de 15,9 millions d'euros, montant provisoire et en cours d'allocation.

#### 3.3 Acquisition de Minute Buzz

Suite à la prise de participation de 62,9% du capital de MinuteBuzz, et compte tenu du contrôle conjoint exercé par le groupe TF1 avec les fondateurs sur cette société, MinuteBuzz est consolidée par mise en équivalence dans les comptes du groupe TF1 à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2017 (cf. faits marquants et note 6 – Participations dans les coentreprises et les entreprises associées). Elle est présentée dans le secteur « Antennes » de l'information sectorielle.

Au cours du second trimestre 2017, de nouvelles actions ont été acquises, portant la participation de TF1 à 67,6 % du capital de MinuteBuzz, sans modification des modalités de contrôle et de gouvernance de cette entité.

Du fait de la mise en équivalence de la société, les engagements de rachat des 32,4 % du capital restant sont traités comme des instruments financiers, comptabilisés à leur juste valeur au 30 juin, cette valeur étant estimée nulle à leur date de mise en place.

#### 3.4 Acquisition de Play 2

En avril 2017, conformément à ses engagements signés le 14 février 2017, le groupe TF1 a pris une participation de 25% du capital de la société Play 2, (société de production de musique, concerts, spectacles et d'édition phonographique, créée en octobre 2016) pour un montant de 0,3 M€, via des actions à droit de vote triple qui donnent 50,01% des droits de vote. Le pacte d'actionnaires entre le groupe TF1 et les 2 fondateurs conférant au groupe TF1 le contrôle de la société, la société Play 2 est intégrée globalement dans les comptes consolidés du groupe TF1 à compter du 1<sup>er</sup> avril 2017.

### 4. Secteurs opérationnels

Les activités opérationnelles du groupe sont organisées en domaines d'activités stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus aux différentes clientèles du groupe. Cette segmentation

en secteurs d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par le décisionnaire opérationnel du groupe dans le suivi des activités. Ces secteurs opérationnels correspondent aux secteurs revus par le principal décideur opérationnel.

La Direction évalue la performance de ces secteurs à partir du résultat opérationnel courant. Les résultats, actifs, et passifs des secteurs comprennent les éléments directement ou indirectement attribuables à un secteur d'activité. Les investissements bruts d'exploitation sectoriels correspondent aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles qui viennent accroître les postes d'actifs correspondants. Les ventes et transferts entre les secteurs sont réalisés aux conditions normales de marché.

Les secteurs opérationnels du groupe sont les suivants :

### Antennes

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

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

### Studios et divertissements

Ce secteur regroupe deux sous-secteurs :

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

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

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

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

- ✓ Les activités de vente à distance et en boutique du pôle Téléshopping sont regroupées dans ce secteur compte tenu de leur contribution au regard du total du groupe TF1.

(en millions d'euros)	ANTENNES		STUDIOS ET DIVERTISSEMENT		TOTAL GROUPE TF1	
	2017.06	2016.06	2017.06	2016.06	2017.06	2016.06
<b>COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL</b>						
Chiffre d'affaires des secteurs	866,7	849,5	179,2	182,1	1 045,9	1 031,6
Eliminations opérations intersecteurs	(11,3)	(11,4)	2,1	5,0	(9,2)	(6,4)
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE</b>	<b>855,4</b>	<b>838,1</b>	<b>181,3</b>	<b>187,1</b>	<b>1 036,7</b>	<b>1 025,2</b>
<i>Dont Chiffre d'affaires Publicitaire</i>	776,9	766,0	5,2	4,1	782,1	770,1
<i>Dont Chiffre d'affaires Autres</i>	78,5	72,1	176,1	183,0	254,6	255,1
<b>RESULTAT OPERATIONNEL</b>	<b>91,5</b>	<b>(3,9)</b>	<b>4,5</b>	<b>6,7</b>	<b>96,0</b>	<b>2,8</b>
% marge opérationnelle contributive Groupe	10,7%	(0,5)%	2,5%	3,6%	9,3%	0,3%
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées <sup>(1)</sup>	7,3	0,4	(0,2)	(0,3)	7,1	0,1

(1) Dont, sur le secteur Antennes, impact du résultat de cession du Groupe AB au 30 juin 2017 (cf. faits marquants).

## 5. Goodwill

<i>(en millions d'euros)</i>	Antennes	Studios et Divertissements	TOTAL
<b>Goodwill au 1<sup>er</sup> janvier 2016</b>	<b>406,5</b>	<b>25,1</b>	<b>431,6</b>
Acquisitions	2,8	128,9	131,7
Cessions	-	-	-
Reclassement	-	-	-
Dépréciation	-	-	-
<b>Goodwill au 30 juin 2016</b>	<b>409,3</b>	<b>154,0</b>	<b>563,3</b>
<b>Goodwill au 1<sup>er</sup> janvier 2017</b>	<b>409,3</b>	<b>151,6</b>	<b>560,9</b>
Acquisitions	-	16,9	16,9
Cessions	-	-	-
Reclassement	-	(2,1)	(2,1)
Dépréciation	-	-	-
<b>Goodwill au 30 juin 2017</b>	<b>409,3</b>	<b>166,4</b>	<b>575,7</b>
<i>dont montant brut</i>	<i>409,3</i>	<i>166,4</i>	<i>575,7</i>
<i>dont dépréciation cumulée</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

Les goodwill comptabilisés sur la période sont relatifs aux acquisitions décrites en note 3 – variations de périmètre, les montants sont provisoires. Conformément à la norme IFRS 3 révisée, le groupe TF1 a décidé, pour ces acquisitions, de ne pas réévaluer les intérêts minoritaires à la juste valeur, les goodwill sont en conséquence comptabilisés à l'actif du bilan en quote-part Groupe uniquement.

Dans le cadre de l'allocation du prix d'acquisition de Beauté Test, les travaux d'évaluation des actifs et des passifs des sociétés acquises ont conduit à réévaluer à leur juste valeur la marque et les relations clientèle, d'un montant net d'impôt différé de 2,1 millions d'euros. Les relations clientèle sont amorties en linéaire sur une durée de 5 ans, la charge est présentée en dotations aux amortissements dans le compte de résultat.

## 6. Participations dans les coentreprises et les entreprises associées

Le détail des participations dans les coentreprises et les entreprises associées est présenté dans le tableau suivant :

<i>(en millions d'euros)</i>	Groupe AB	Autres <sup>(1)</sup>	TOTAL
<b>1<sup>er</sup> janvier 2016</b>	<b>72,3</b>	<b>12,5</b>	<b>84,8</b>
Quote-part de résultat	(0,4)	0,5	0,1
Provision pour dépréciation	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	-	1,1	1,1
Provision pour risque	-	-	-
<b>30 juin 2016</b>	<b>71,9</b>	<b>14,1</b>	<b>86,0</b>
<b>1<sup>er</sup> janvier 2017</b>	<b>76,8</b>	<b>12,5</b>	<b>89,3</b>
Quote-part de résultat	-	-	-
Provision pour dépréciation	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	(76,8)	10,2	(66,6)
Provision pour risque	-	-	-
<b>30 juin 2017</b>	<b>-</b>	<b>22,7</b>	<b>22,7</b>

<sup>(1)</sup> Les autres participations dans les entreprises associées et les coentreprises intègrent notamment SérieClub, Direct Optic Participations, MinuteBuzz et Yellow Thing chez Newen Studios.

Le Groupe AB a été cédé le 31 mars 2017, cf. faits marquants et note 3 – variations de périmètre. Le résultat des sociétés mises en équivalence de 7,1 M€ est principalement constitué de la plus-value provisoire sur la cession AB, le montant définitif sera déterminé au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre.

## 7. Capitaux propres – « autres opérations »

La ligne « autres opérations – changement de périmètre » du tableau de variation des capitaux propres au premier semestre 2016 intègre principalement la comptabilisation des dettes sur l'engagement de rachat des minoritaires du groupe Tuvalu acquis le 6 février 2017 par le groupe Newen Studios.

## 8. Plan de stock-option 2017 et plan d'actions gratuites 2017

Le 12 juin 2017, le groupe TF1 a émis :

- ✓ Un plan de stock option (plan SO 2017) composé de 704 900 options exerçables à compter du 12 juin 2021 à un prix de souscription de 11,45 euros. La juste valeur de la charge relative à ce plan comptabilisée a été évaluée à 1,3 millions d'euros hors forfait social et est étalée, en charges de personnel, sur la période d'attribution des options soit 3 ans.
- ✓ Un plan d'attribution d'actions gratuites (plan AGA 2017) portant sur 172 000 titres, avec un période d'attribution de 3 ans. La juste valeur relative à ce plan a été évaluée à 2,0 millions d'euros hors forfait social et est étalée en charges de personnel sur la période d'attribution soit 3 ans.

L'attribution définitive des stocks options et des actions gratuites de ces deux plans est soumise à l'atteinte d'objectifs de performance basés sur le chiffre d'affaires, le résultat opérationnel et le résultat net consolidé du Groupe des 3 années de la période d'attribution.

L'impact dans les comptes consolidés est non significatif au 30 juin 2017.

## 9. Trésorerie nette

La notion de trésorerie nette ou d'endettement financier net, telle que définie par le groupe, peut être détaillée de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2016.12	Flux de trésorerie	Variation de périmètre	Autres flux	2017.06
Trésorerie et équivalents de trésorerie	420,2	21,0	64,5		505,7
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-				-
<b>Trésorerie disponible</b>	<b>420,2</b>	<b>21,0</b>	<b>64,5</b>	<b>-</b>	<b>505,7</b>
Juste valeur des instruments dérivés de taux	-				-
Emprunts long terme <sup>(1)</sup>	(224,9)	(16,7)		(7,5)	(249,1)
Dettes financières court terme hors trésorerie passive <sup>(1)</sup>	(7,8)	(1,4)		0,7	(8,5)
Trésorerie passive	(0,8)	0,3			(0,5)
<b>Endettement brut</b>	<b>(233,5)</b>	<b>(17,8)</b>		<b>(6,8)</b>	<b>(258,1)</b>
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)</b>	<b>186,7</b>	<b>3,2</b>	<b>64,5</b>	<b>(6,8)</b>	<b>247,6</b>

<sup>(1)</sup> Les emprunts long terme et les dettes financières court terme comprennent au 30 juin 2017 la valorisation des engagements de rachat de titres donnés par TF1 aux actionnaires minoritaires, principalement sur le capital de Newen Studios et de ses filiales.

Au 30 juin 2017, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 015 millions d'euros, dont 140 millions d'euros pour Newen. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le groupe Bouygues. Au 30 juin 2017, les tirages ont été réalisés à hauteur de 107,7 millions d'euros pour Newen.

Définition de la trésorerie :

La trésorerie dont la variation est analysée dans le tableau de flux de trésorerie, intègre la trésorerie et équivalents de trésorerie, les concours bancaires courants et comptes courants de trésorerie passifs.

<i>(en millions d'euros)</i>	2017.06	2016.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	505,7	420,2
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	-
Comptes courants de trésorerie passifs	-	(0,1)
Concours bancaires courants	(0,5)	(0,8)
<b>Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie</b>	<b>505,2</b>	<b>419,3</b>

## 10. Autres charges opérationnelles

Les autres charges opérationnelles, d'un montant de 11,6 millions d'euros, correspondent à l'amortissement de la réévaluation des droits audiovisuels de Newen Studios et Rendez-Vous Production Séries, suite à l'allocation de leur prix d'acquisition.

## 11. Tableau de flux de trésorerie – incidences des variations de périmètre

Les éléments présentés dans les variations de périmètre du tableau de flux de trésorerie correspondent aux incidences de l'acquisition du groupe Tuvalu par Newen Studios, à la prise de participation dans la société MinuteBuzz par le groupe TF1, ainsi qu'à la cession de la participation de 33,5% détenue par TF1 dans Groupe AB.

## 12. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action qui a été versé par le groupe le 3 mai 2017 au titre de l'exercice 2016, ainsi que le montant versé en 2016 au titre de l'exercice 2015.

	Versé en 2017	Versé en 2016
Dividende total (en millions d'euros)	58,6	167,2
Dividende par action ordinaire (en euro)	0,28	0,80

## 13. Événements postérieurs à la clôture

Aucun évènement significatif n'est survenu postérieurement à la clôture des comptes consolidés arrêtés au 30 juin 2017 par le Conseil d'Administration du 21 juillet 2017.

### 3. Rapport des commissaires aux comptes

#### Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2017 Période du 1<sup>er</sup> janvier 2017 au 30 juin 2017

Aux Actionnaires,

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

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés condensés de la société TF1, relatifs à la période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2017, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

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

#### 1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France.

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

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

#### 2. Vérification spécifique

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

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

Courbevoie et Paris-La Défense, le 21 juillet 2017

Les Commissaires aux Comptes

MAZARS

ERNST & YOUNG Audit

Gilles Rainaut

Marc Biasibetti

Bruno Perrin

Laurent Vitse

## 4. Attestation du responsable du rapport financier semestriel

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

Fait à Boulogne-Billancourt, le 24 juillet 2017

Le Président-Directeur Général

Gilles C. Pélisson

**Télévision Française 1**  
Société anonyme au capital de 41 883 508,40 € – 326 300 159 R.C.S. Nanterre  
Courrier à adresser au siège social :  
TF1 - 1 quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – France  
Tél : +33 (0)1 41 41 12 34

---

**Contact**

**Département Relations Investisseurs**  
Tél : +33 (0)1 41 41 49 73 / E-mail: [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)  
<http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs>