



LE GROUPE

Rapport d'activité

2015

1. Information financière 2015	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants de l'année 2015	7
1.3. Analyse des résultats consolidés	9
1.4. Information sectorielle	13
1.5. Responsabilité sociétale	20
1.6. Point social	21
1.7. Performances boursières	21
1.8. Perspectives	21
1.9. Evolution du capital	21
1.10. Gouvernance	21
Comptes consolidés 2015	23
Compte de résultat consolidé	23
Etat des produits et charges comptabilisés	24
Tableau des flux de trésorerie consolidés	25
Bilan consolidé	26
Bilan consolidé (suite)	27
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	28
Notes annexes aux états financiers consolidés	29

1. Information financière 2015

1.1. Résultats consolidés

Indicateurs financiers

Les résultats ci-après sont présentés suivant l'interprétation IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique », appliquée à partir du 1^{er} janvier 2015 et de façon rétroactive pour l'année comparative 2014.

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

<i>en millions d'euros</i>	2015	2014
Chiffre d'affaires consolidé	2 004,3	2 091,8
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 554,2</i>	<i>1 575,5</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>450,1</i>	<i>516,3</i>
Résultat opérationnel courant	158,0*	116,5**
Résultat opérationnel	141,2*	116,5**
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	99,9*	99,9**
Capacité d'autofinancement ***	164,0	128,5
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,47	0,47
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,47	0,47
Total capitaux propres part du Groupe	1 741,7	2 003,4
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-) des activités poursuivies	700,8	497,0

* Inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

** inclut la plus-value de cession réalisée à la suite de la cession de OneCast

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

TF1 I Information financière 2015

	2015	2014
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 786	211 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	10,25	12,72
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,2	2,7

Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

Les contributions ci-après sont présentées suivant l'interprétation IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique », appliquée à partir du 1^{er} janvier 2015 et de façon rétroactive pour l'année comparative 2014.

en millions d'euros	Contribution au chiffre d'affaires		Contribution au résultat opérationnel courant		Contribution au résultat opérationnel	
	2015	2014	2015	2014	2015	2014
Antennes & contenus	1 717,8	1 748,8	93,9	51,7	77,1	51,7
Antennes	1 624,3	1 638,8	79,4	36,0	62,6	36,0
Contenus	93,5	110,0	14,5	15,7	14,5	15,7
Services consommateurs	213,9	209,6	15,7	14,8	15,7	14,8
TF1 Vidéo	59,3	56,4	1,3	1,0	1,3	1,0
Téléshopping	84,1	87,8	3,1	3,2	3,1	3,2
TF1 Entreprises	70,5	65,4	11,3	10,6	11,3	10,6
Offre Payante	72,6	125,2	33,7	1,5	33,7*	1,5
Eurosport France	17,8	65,7	33,7*	4,1	33,7*	4,1
Chaînes Thématiques France	54,8	59,5	0,0	(2,6)	0,0	(2,6)
Holding et Divers	0,0	8,2	14,7	48,5**	14,7	48,5**
TOTAL	2 004,3	2 091,8	158,0	116,5	141,2	116,5

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

** inclut la plus-value de cession réalisée à la suite de la cession de OneCast.

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant trimestriels

Les contributions ci-après sont présentées suivant l'interprétation IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique », appliquée à partir du 1^{er} janvier 2015 et de façon rétroactive pour l'année comparative 2014.

en millions d'euros	T1 2015	T1 2014	T2 2015	T2 2014	T3 2015	T3 2014	T4 2015	T4 2014
Chiffre d'affaires trimestriel								
Antennes & contenus	395,1	385,3	444,3	480,8	356,1	355,1	522,3	527,6
Antennes	380,5	370,9	426,0	431,5	324,2	339,7	493,6	496,7
Contenus	14,6	14,4	18,3	49,3	31,9	15,4	28,7	30,9
Services consommateurs	48,4	51,1	47,2	40,5	50,1	49,1	68,2	68,9
TF1 Vidéo	14,8	12,4	11,1	8,1	10,5	14,4	22,9	21,5
Téléshopping	25,4	27,4	22,3	20,3	18,1	19,1	18,3	21,0
TF1 Entreprises	8,2	11,3	13,8	12,1	21,5	15,6	27,0	26,4
Offre Payante	31,6	30,9	14,1	32,2	13,1	30,4	13,8	31,7
Eurosport France	17,8	16,1	0,0	17,2	0,0	16,1	0,0	16,3
Chaînes Thématiques France	13,8	14,8	14,1	15,0	13,1	14,3	13,8	15,4
Holding et Divers	0,0	2,4	0,0	2,5	0,0	2,4	0,0	0,9
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDE	475,1	469,7	505,6	556,0	419,3	437,0	604,3	629,1
Résultat opérationnel courant trimestriel								
Antennes & contenus	(12,0)	1,1	62,7	9,0	2,0	(0,9)	41,2	42,5
Antennes	(11,7)	(2,6)	60,1	1,9	(9,0)	(4,4)	40,0	41,1
Contenus	(0,3)	3,7	2,6	7,1	11,0	3,5	1,2	1,4
Services consommateurs	3,6	5,1	2,4	1,7	4,5	3,5	5,2	4,5
TF1 Vidéo	0,5	0,3	(0,1)	0,5	(0,7)	(0,4)	1,6	0,6
Téléshopping	1,9	2,4	1,0	1,1	0,6	0,5	(0,4)	(0,8)
TF1 Entreprises	1,2	2,4	1,5	0,1	4,6	3,4	4,0	4,7
Offre Payante	33,7*	(2,4)	0,2	(0,8)	(1,1)	1,6	0,9	3,1
Eurosport France	33,7*	(1,5)	0,0	0,0	0,0	2,6	0,0	3,0
Chaînes Thématiques France	0,0	(0,9)	0,2	(0,8)	(1,1)	(1,0)	0,9	0,1
Holding et Divers	2,8	3,1	3,9	4,9	4,1	4,8	3,9	35,7**
RÉSULTAT OPERATIONNEL COURANT	28,1*	6,9	69,2	14,8	9,5	9,0	51,2	85,8**

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

** inclut la plus-value de cession réalisée à la suite de la cession de OneCast.

<i>en millions d'euros</i>	Contributions au chiffre d'affaires publicitaire	
	2015	2014
Publicité Antennes & Contenus	1 545,3	1 560,3
dont Télévision	1 469,9	1 476,7
dont Autres Supports	75,4	83,6
Publicité Offre Payante	8,9	15,2
dont Eurosport France	1,3	6,9
dont Chaînes Thématiques France	7,6	8,3
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE GROUPE	1 554,2	1 575,5

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

<i>en millions d'euros</i>	2015	2014
Total coût des programmes	956,2	994,0
<i>Événements sportifs</i>	26,8	73,7
Total hors événements sportifs	929,4	920,3
Variétés / Jeux / Magazines	285,5	282,6
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	316,7	318,1
Sports (hors événements sportifs)	45,0	49,9
Information	107,3	103,3
Films	159,9	150,1
Jeunesse	15,0	16,3

1.2. Faits marquants de l'année 2015

Janvier

6 janvier 2015 : en prévision de la conférence climat « COP 21 », TF1 s'engage en organisant une conférence événement autour des enjeux climatiques.

19 janvier 2015 : les groupes TF1 et CANAL + annoncent avoir conclu un accord pour l'exploitation des droits de diffusion de la Coupe du Monde de Rugby 2015 du 18 septembre au 31 octobre 2015.

27 janvier 2015 : fin des engagements pris par le groupe TF1 envers l'Autorité de la concurrence, à la suite du rachat des chaînes TMC et NT1 en 2010.

Février

18 février 2015 : Ushuaïa TV fête ses 10 ans.

Mars

17 mars 2015 : TF1 Publicité lance OneData. Cette nouvelle plateforme propose aux annonceurs un meilleur ciblage de leurs campagnes en utilisant la richesse des données des consommateurs.

31 mars 2015 : acquisition de 100 % de la société Eurosport France par la société Eurosport SAS, détenue à 51 % par Discovery Communications et à 49 % par le groupe TF1.

Avril

13 avril 2015 : NBCUniversal, Mediengruppe RTL Deutschland et TF1 annoncent la conclusion d'un accord inédit de partenariat de coproduction internationale concernant la production de séries américaines originales.

Mai

1^{er} mai 2015 : TF1 Vidéo lance son label eCinéma, service digital haut de gamme proposant de grands films de cinéma au plus près de la sortie en salles du territoire d'origine, en exclusivité sur les principales plateformes VOD.

19 mai 2015 : les chaînes TMC et NT1 proposent leurs programmes en Haute Définition, en complément de leur offre en Définition Standard. Elles sont immédiatement accessibles en HD sur l'ensemble du territoire français métropolitain, sur le bouquet de télévision par satellite FRANSAT.

21 mai 2015 : annonce du projet de réorganisation de Publications Metro France, impliquant la cessation de la parution du journal *Metronews* sur papier et le maintien de l'activité digitale, avec l'objectif de développer les positions déjà acquises par la marque.

26 mai 2015 : MYTF1, en devenant la marque digitale unique des 4 chaînes en clair du groupe TF1, va plus loin en offrant des contenus inédits en télévision tout en continuant à donner accès aux contenus payants de MYTF1VOD.

Juin

17 juin 2015 : le Conseil d'État annule la décision du CSA du 29 juillet 2014 refusant le passage en diffusion gratuite de LCI.

24 juin 2015 : l'édition 2015 des TV Notes, organisée par puremedias.com, 20 Minutes et RTL, a élu TF1 chaîne historique préférée pour la troisième année consécutive.

Juillet

22 juillet 2015 : annonce de la décision du Groupe d'exercer, d'un commun accord avec Discovery Communications, son option de vente de sa participation de 49 % détenus dans Eurosport et de racheter à Discovery les 20 % détenus dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa.

Août

31 août 2015 : la direction de l'innovation du groupe TF1 et Paris&Co signent une convention de partenariat pour la création d'un incubateur de jeunes entreprises innovantes.

TF1 | Information financière 2015

Septembre

4 septembre 2015 : à l'occasion de la 17^{ème} édition du Grand Prix des Médias CB News, le groupe TF1 a été largement récompensé avec six distinctions : meilleure chaîne TV (TF1), meilleure régie (TF1 Publicité), meilleure émission TV de divertissement / flux (*L'Emprise*), meilleure émission TV d'information / documentaire (« Le Petit JT », LCI), meilleur coup éditorial ou journalistique (sujet « Kobane »), meilleure stratégie social media (*Clem*, fiction française).

8 septembre 2015 : le groupe TF1 dépose quatre dossiers devant le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, dans le cadre de l'appel à candidatures pour l'édition de services de télévision en TNT et en HD :

- la chaîne TMC pour sa diffusion en HD,
- la chaîne NT1 pour sa diffusion en HD,
- la chaîne LCI pour sa diffusion en clair et en HD,
- la chaîne Ha26 de téléachat, en partenariat avec le groupe M6.

10 septembre 2015 : reconduction du groupe TF1 dans l'indice boursier de développement durable DJSI World.

24 septembre 2015 : lancement d'un appel à candidatures, pour la sélection des meilleures idées entrepreneuriales des étudiants d'Epitech, l'école de l'innovation et de l'expertise informatique. Ce programme d'accompagnement des étudiants a pour objectif de les aider à développer leurs projets et d'être ainsi au plus près de la naissance des idées.

Octobre

1 octobre 2015 : le groupe TF1 et Discovery Communications confirment la finalisation :

- de l'acquisition, par Discovery Communications, de 49 % du capital du groupe Eurosport, désormais détenu à 100 % par Discovery Communications ;
- du rachat, par TF1, de la participation de Discovery à hauteur de 20 % dans les chaînes payantes TV Breizh, Histoire et Ushuaïa, désormais détenues à 100 % par TF1.

9 octobre 2015 : le groupe TF1 signe la charte de l'engagement LGBT (Lesbiennes, Gays, Bisexuels et Transgenres) pour une politique de promotion de la diversité et de prévention des discriminations.

12 octobre 2015 : le groupe TF1 signe la Charte Paris Action Climat à l'Hôtel de Ville de Paris. Le Groupe s'engage à inscrire son activité dans les objectifs du « Plan Climat Energie de Paris » par la maîtrise de ses consommations énergétiques et

la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre.

12 octobre 2015 : TF1 remporte le Grand Prix de la Transparence pour la 2^{ème} année consécutive, en reconnaissance de la qualité de l'information réglementée diffusée (document de référence, rapport financier semestriel, site Internet et Avis de convocation à l'Assemblée Générale annuelle).

Novembre

6 novembre 2015 : à l'occasion de la 10^{ème} édition des Trophées de la Diversité organisés par le cabinet Diversity Conseil RH, le groupe TF1 a reçu le Prix de la Diversité 2015, dans la catégorie « recrutement / intégration » pour l'approche innovante de la Fondation TF1 en matière d'intégration sociale et professionnelle des jeunes issus des zones sensibles.

9 novembre 2015 : TF1 et la société FLCP, société holding du groupe Newen signe un accord permettant à TF1 de devenir actionnaire à hauteur de 70 % du capital de FLCP. Les actionnaires actuels, dont l'équipe dirigeante, restent associés à 30 % du capital.

25 novembre 2015 : Ecoprod, collectif dont TF1 est partenaire fondateur organise une conférence avec Film4Climate, programme de la Banque Mondiale, pour mobiliser l'ensemble du secteur audiovisuel et cinématographique à la réduction de son empreinte environnementale.

Décembre

1 décembre 2015 : TF1 acquiert le format *Ninja Warrior*. Son ambition est d'enrichir son offre programmes de marques événementielles et fédératrices qui peuvent se décliner sur tous les écrans au travers de dispositifs digitaux originaux.

8 décembre 2015 : à l'occasion de la COP21, Le milieu du cinéma et de l'audiovisuel s'est mobilisé pour réduire l'impact carbone de son activité et sensibiliser les professionnels aux enjeux du changement climatique.

17 décembre 2015 : le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel autorise le passage en TNT gratuite de LCI, sous réserve d'engagements. La décision du CSA est disponible à l'adresse suivante : <http://www.csa.fr/content/download/212142/566977/version/2/file/D%C3%A9cision%202015-526%20du%2017-12-2015%20LCI.pdf>

31 décembre 2015 : TF1 réalise 98 des 100 meilleures audiences de l'année 2015.

1.3. Analyse des résultats consolidés

Boulogne-Billancourt, le 17 février 2016

Application d'IFRIC 21

Pour l'exercice 2015, le Groupe a appliqué pour la première fois l'interprétation IFRIC 21 dont l'incidence pour le groupe TF1 est le changement de rythme de comptabilisation des taxes. L'incidence de ce retraitement sur les comptes intermédiaires 2014 se traduit par une diminution du résultat opérationnel de 4,0 millions d'euros au 31 mars 2014, de 2,5 millions d'euros au 30 juin 2014, de 1,1 million d'euros au 30 septembre 2014 et est sans impact au 31 décembre 2014.

Le détail de l'application des normes est présenté dans les notes annexes aux états financiers consolidés, en note 2-2-1.

Chiffre d'affaires

Au 31 décembre 2015, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 2 004,3 millions d'euros, en baisse de 87,5 millions d'euros (- 4,2 %).

Cette évolution s'explique principalement :

- par les effets périmètre suivants :
 - o la déconsolidation de la société Eurosport France à compter du 31 mars 2015, dont le chiffre d'affaires s'établissait lors des trois derniers trimestres 2014 à 49,6 millions d'euros (dont 16,3 millions d'euros au quatrième trimestre 2014) ;
 - o la cession de la société OneCast intervenue le 30 octobre 2014, qui réalisait un chiffre d'affaires de 8,1 millions d'euros en 2014 (dont 0,8 million d'euros au quatrième trimestre 2014) ;
 - o la fermeture de la chaîne thématique Styliá depuis le 31 décembre 2014, dont le chiffre d'affaires s'établissait à 3,6 millions d'euros au 31 décembre 2014 (dont 0,9 million d'euros au quatrième trimestre 2014) ;
- par la différence de montant des droits sportifs revendus : en 2014, 30 millions d'euros avaient été revendus à beIN SPORTS pour la Coupe du Monde de Football, contre 13 millions d'euros revendus à CANAL + pour la Coupe du Monde de Rugby en 2015.

Retraité des effets précédents, le chiffre d'affaires du Groupe est en léger recul (- 0,5 %).

Le chiffre d'affaires du quatrième trimestre s'établit à 604,3 millions d'euros, en recul de - 3,9 % sur un an. Retraité des effets précédents, il est en recul de - 1,1 %.

Chiffre d'affaires publicitaire

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe recule de - 1,4 % (- 21,3 millions d'euros) à 1 554,2 millions d'euros. Il se compose de :

- 1 469,9 millions d'euros de revenus publicitaires nets pour les 4 chaînes gratuites du Groupe, une baisse limitée de - 0,5 % en un an.

L'ensemble des chaînes de la TNT du Groupe ont réussi à mieux monétiser les inventaires proposés, notamment grâce à la progression d'audience de NT1 et HD1. Cette performance compense le recul du chiffre d'affaires de la chaîne TF1, qui avait diffusé en 2014 la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et la Coupe du Monde de Rugby en 2015. Les événements dramatiques survenus à Paris en novembre 2015 ont également affecté les recettes publicitaires du dernier trimestre.

Dans le contexte d'une demande bien orientée et malgré le recul de sa part d'audience sur la période, TF1 a poursuivi sa stratégie de préservation de la valeur de ses écrans.

Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie multichaine du groupe TF1.

- 75,4 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, en recul de - 9,8 % par rapport à 2014 (- 8,2 millions d'euros). La publicité digitale ainsi que l'activité de régie pour compte de tiers (radios et chaînes hors groupe TF1) progressent sensiblement. Elles compensent partiellement le recul important des revenus de Publications Metro France en 2015, résultant d'une baisse des revenus publicitaires au premier semestre et de l'arrêt de la version imprimée du journal en juillet 2015.
- 8,9 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux activités du secteur Offre Payante, en baisse de 6,3 millions d'euros en un an en raison de la déconsolidation

TF1 | Information financière 2015

d'Eurosport France intervenue le 31 mars 2015 et de la baisse des revenus publicitaires de LCI.

Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe est en recul de - 2,2 % à 472,0 millions d'euros.

Après neuf premiers mois en baisse de - 0,1 %, les revenus publicitaires des chaînes gratuites reculent de - 1,4 % au dernier trimestre, un recul limité compte tenu principalement d'un mois de novembre 2015 impacté par l'actualité.

Chiffre d'affaires non-publicitaire

Le chiffre d'affaires non-publicitaire du Groupe au 31 décembre 2015 s'élève à 450,1 millions d'euros, en recul de 66,2 millions d'euros (- 12,8 %) et s'explique par les effets suivants :

- un effet périmètre de 56,1 millions d'euros lié à Eurosport France (déconsolidée le 31 mars 2015), à OneCast (vendue le 30 octobre 2014) et à la chaîne Stylia (fermée le 31 décembre 2014) ;
- la différence de montant des droits sportifs revendus : en 2014, 30 millions d'euros avaient été revendus à beIN SPORTS pour la Coupe du Monde de Football, contre 13 millions d'euros revendus à CANAL + pour la Coupe du Monde de Rugby en 2015 ;

Hors ces impacts, le chiffre d'affaires est en hausse, grâce à la progression du chiffre d'affaires de TF1 Entreprises et de TF1 Vidéo, portés par leurs belles performances opérationnelles.

Le chiffre d'affaires non publicitaire du quatrième trimestre s'établit à 132,3 millions d'euros et affiche un recul de - 9,8 % (- 14,4 millions d'euros), baisse imputable uniquement aux effets périmètres. Retraité de ceux-ci, le chiffre d'affaires est en progression de 1,8 million d'euros.

Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Au 31 décembre 2015, le coût des programmes des 4 chaînes gratuites du Groupe s'élève à 956,2 millions d'euros, en baisse de 37,8 millions d'euros sur un an.

Événements sportifs

La diffusion des 28 matchs de la Coupe du Monde FIFA 2014 avait un coût à fin 2014 de 73,7 millions d'euros. Il était compensé en partie par les économies réalisées sur les programmes remplacés par la diffusion des matchs, pour 15,4 millions d'euros.

Le coût de la diffusion des 21 matchs de la Coupe du Monde de Rugby s'élève à 26,8 millions d'euros. L'économie sur les programmes remplacés s'élève à 9,0 millions d'euros. L'économie nette s'établit donc à 40,5 millions d'euros.

Coût des programmes hors événements sportifs

Hors événements sportifs, le coût des programmes à fin décembre 2015 s'établit à 929,4 millions d'euros pour les 4 chaînes en clair du Groupe, en hausse de 9,1 millions d'euros ; en tenant compte de l'effet des programmes remplacés par les matchs des coupes du monde 2014 et 2015, cette hausse est limitée à 2,7 millions d'euros.

Dans un contexte de concurrence intense en termes de programmation et afin de compenser la diffusion d'un nombre de matchs moins importants, le Groupe a diffusé plus de films sur un an (+ 9,8 millions d'euros). La nouvelle formule de l'émission *Reportages* et l'actualité chargée de l'année 2015 expliquent une hausse du coût de l'information de + 4,0 millions d'euros. Le coût des variétés, jeux et magazine augmente de 2,9 millions d'euros. *A contrario*, la renégociation des droits permet d'enregistrer une baisse des coûts des programmes sportifs de 4,9 millions d'euros, les fictions et téléfilms ont un coût en baisse de 1,4 million d'euros et les programmes de jeunesse de 1,3 million d'euros.

A noter qu'au quatrième trimestre, le coût des programmes incluant les événements sportifs est en hausse de 10,6 millions d'euros, mais en recul de 2,7 millions d'euros hors événements sportifs nets des programmes de remplacements.

Autres charges, amortissements et provisions

Au 31 décembre 2015, les autres charges, amortissements et provisions sont en amélioration de 91,2 millions d'euros. Cette forte baisse s'explique principalement par :

- les effets périmètres liés à la sortie d'Eurosport France (cédée à 100 % le 31 mars 2015 à Eurosport SAS), OneCast et Stylia ;
- la différence des coûts des droits revendus, nets des reprises de provisions, de la Coupe du Monde FIFA 2014 et de la Coupe du Monde de Rugby 2015 ;

Hors ces effets, les autres charges opérationnelles sont en baisse de 11,8 millions d'euros, du fait principalement de l'absence de provision pour moins-value de cession sur droits sportifs passée au quatrième trimestre 2014.

Au quatrième trimestre, les autres charges, amortissements et provisions sont en légère baisse de 0,8 million d'euros, l'absence de plus-value enregistrée lors de la cession de la société OneCast au quatrième trimestre 2014 étant compensée par un effet périmètre et la baisse de la structure de coûts de Metronews.

Résultat opérationnel courant

Au 31 décembre 2015, le résultat opérationnel courant s'établit à 158,0 millions d'euros, en progression de 41,5 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 7,9 % en progression de 2,3 points en un an.

Au dernier trimestre 2015, le résultat opérationnel courant est en recul de 34,6 millions d'euros. Hors plus-value liée à la cession de OneCast au dernier trimestre 2014, le recul est limité, ce qui constitue une performance au regard de la diffusion de 15 matchs de la Coupe du Monde de Rugby et du recul du chiffre d'affaires publicitaire des quatre chaînes en clair.

Résultat opérationnel

16,8 millions d'euros ont été comptabilisés en autres charges opérationnelles, dont 1,8 million d'euros au quatrième trimestre, qui correspondent aux coûts d'adaptation du pôle information du groupe TF1. Ils sont principalement liés à l'arrêt de la version papier de *Metronews*.

Ainsi, en 2015, le résultat opérationnel s'établit à 141,2 millions d'euros, soit une progression de 24,7 millions d'euros en un an.

Résultat net

Le coût de l'endettement financier net du Groupe est un produit de + 1,1 million d'euros au 31 décembre 2015, le Groupe ayant été en trésorerie positive sur l'année.

Les autres produits et charges financiers s'établissent à - 3,2 millions d'euros du fait de la dépréciation de titres de la société Sylver détenus par TF1 Vidéo.

La charge d'impôt s'élève à 42,3 millions d'euros en hausse de 12,5 millions d'euros sur un an. Cette augmentation s'explique, outre l'amélioration du résultat opérationnel, par la comptabilisation d'une taxe sur dividende plus

élevée, en lien avec la hausse du dividende versé.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'élève à + 6,5 millions d'euros au 31 décembre 2015, en recul de 8,5 millions d'euros résultant de la baisse de la quote-part du résultat net du groupe Eurosport, malgré l'intégration d'Eurosport France le 31 mars 2015. Le résultat net des activités poursuivies attribuable au Groupe s'établit ainsi à 99,9 millions d'euros, parfaitement stable sur un an.

Le résultat net des activités cédées ou en cours de cession de 2014 correspond à la comptabilisation de la plus-value liée à la cession du contrôle d'Eurosport à Discovery Communications, intervenue le 30 mai 2014, pour 299,5 millions d'euros, ainsi qu'au résultat net d'Eurosport International pour les mois de janvier à mai.

La part du résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle s'élève à 3,4 millions d'euros au 31 décembre 2015.

Structure Financière

Au 31 décembre 2015, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 1 741,7 millions d'euros pour un total bilan de 3 213,7 millions d'euros.

La trésorerie nette sur les activités poursuivies, à fin décembre 2015, s'établit à 700,8 millions d'euros contre 497,0 millions d'euros au 31 décembre 2014. Ce niveau de trésorerie intègre :

- le versement au deuxième trimestre 2015 d'un dividende de 317,3 millions d'euros ;
- des rachats d'actions pour 40,0 millions d'euros au troisième trimestre ;
- l'encaissement de 474,0 millions d'euros à la suite de la finalisation des opérations avec Discovery Communications au quatrième trimestre.

L'acquisition de 70 % de la société Newen Studios, société de production et de distribution de contenus audiovisuels, n'a pas d'effet sur la situation financière 2015. Cette opération intervenue le 26 janvier 2016 devrait avoir un impact de l'ordre de 300 millions d'euros sur la dette du Groupe au 31 mars 2016.

Au 31 décembre 2015, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 905,0 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires.

Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul.

TF1 | Information financière 2015

Ce portefeuille de lignes de crédit est renouvelé régulièrement en fonction des tombées d'échéance des lignes afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

Retour aux actionnaires

Afin de rémunérer les capitaux investis, le Conseil d'Administration propose à l'Assemblée Générale Mixte du 14 avril 2016 :

- d'une part, de verser **un dividende de 0,80 euro par action**, qui se compose :
 - ✓ d'une **partie ordinaire de 0,28 euro par action** ;
 - ✓ d'une **partie extraordinaire de 0,52 euro par action**, à la suite de la cession du contrôle, par le groupe TF1, de sa filiale Eurosport International.

Les dates de détachement, d'arrêt des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 22 avril, 25 avril et 26 avril 2016.

- d'autre part, de procéder à un programme de rachat d'actions, pour un montant de 30 millions d'euros, sur la base de la résolution proposée à l'Assemblée Générale du 14 avril prochain.

Le Groupe disposera, après versement du dividende, d'un niveau de trésorerie résiduelle permettant le développement du Groupe et la création de valeur future.

Actionnariat

	Situation au 31 décembre 2015		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,7 %	44,0 %
Salariés TF1	13 664 440	6,5 %	6,5 %
<i>dont FCPE TF1</i>	13 490 890	6,4 %	6,5 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	173 550	0,1 %	0,0%
Flottant	103 423 248	49,1 %	49,5 %
<i>dont flottant étranger (2)</i>	61 922 457	29,4 %	29,6 %
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	41 500 791	19,7 %	19,9 %
Autodétention	1 487 582	0,7 %	0,0 %
Total	210 521 567	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2014		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,5 %	43,5 %
Salariés TF1	14 559 298	6,9 %	6,9 %
<i>dont FCPE TF1</i>	14 386 411	6,8 %	6,8 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	172 887	0,1 %	0,1 %
Flottant	105 023 169	49,6 %	49,6 %
<i>dont flottant étranger (2)</i>	73 704 536	34,8 %	34,8 %
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	31 318 633	14,8 %	14,8 %
Autodétention	0	0,0 %	0,0 %
Total	211 528 764	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2013		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,5 %	43,5 %
Salariés TF1	14 707 698	7,0 %	7,0 %
<i>dont FCPE TF1</i>	14 543 101	6,9 %	6,9 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	164 597	0,1 %	0,1 %
Flottant	103 416 590	49,0 %	49,0 %
<i>dont flottant étranger (2)</i>	78 671 183	37,2 %	37,2 %
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	25 934 835	12,3 %	12,3 %
Autodétention	0	0,0 %	0,0 %
Total	211 260 013	100,0%	100,0%

(1) incluant les porteurs non-identifiés

(2) estimations relevé Euroclear

Evénements survenus depuis la clôture

Acquisition Newen Studios :

Après avoir obtenu les autorisations nécessaires de la part des autorités compétentes, TF1 et les actionnaires de Newen Studios ont finalisé le 26 janvier 2016 la mise en œuvre de l'accord de cession du 9 novembre 2015 visant à l'acquisition par TF1 d'une participation de 70 % du capital de la société Newen Studios, société mère du groupe Newen.

Les Cédants et TF1 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 TF1 dispose de la faculté d'acheter, la participation résiduelle de 30 % du capital, sur une période de 5 ans à compter de 2018.

LCI :

Le 8 janvier 2016, les sociétés NextRadio TV et BFM TV ont déposé devant le Conseil d'Etat un recours sur le fonds contre la décision du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel du 17 décembre 2015 autorisant le passage en clair de la chaîne LCI.

1.4. Information sectorielle

1.4.1 ANTENNES ET CONTENUS

Chiffre d'affaires (M€)	2015	2014	Var. %
Antennes	1 624,3	1 638,8	- 0,9 %
dont Publicité 4 chaînes gratuites	1 469,9	1 476,7	- 0,5 %
dont Publicité autres activités	75,4	83,6	- 9,8 %
dont Autres CA	79,0	78,5	+ 0,6 %
Contenus	93,5	110,0	- 15,0 %
Antennes & Contenus	1 717,8	1 748,8	- 1,8 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2015	2014	Var. M€
Antennes	79,4	36,0	+ 43,4
Contenus	14,5	15,7	- 1,2
Antennes & Contenus	93,9	51,7	+ 42,2

Le chiffre d'affaires du secteur Antennes et Contenus s'établit en 2015 à 1 717,8 millions d'euros, en recul de - 1,8 %.

Le secteur affiche un résultat opérationnel courant de 93,9 millions d'euros, en amélioration de 42,2 millions d'euros sur un an.

Antennes

En 2015, le pôle Antennes génère un chiffre d'affaires de 1 624,3 millions d'euros, en baisse de - 0,9 %, dont :

- un chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites de 1 469,9 millions d'euros (soit une baisse de - 0,5 %) ;
- un chiffre d'affaires publicitaire des autres activités de 75,4 millions d'euros, soit une baisse de - 9,8 %, liée à la baisse d'activité au premier semestre puis l'arrêt de la version papier du journal *Metronews* le 3 juillet 2015 ;
- 79,0 millions d'euros de chiffre d'affaires non publicitaire en légère hausse de 0,6 % sur un an.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 79,4 millions d'euros et s'améliore de 43,4 millions d'euros en raison, principalement, de la différence d'impact sur le coût des programmes entre les coupes du monde de rugby et de football.

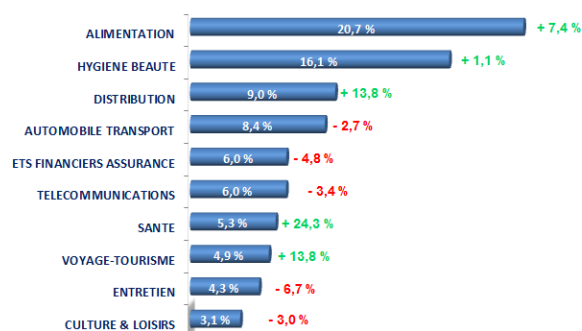
Chiffre d'affaires publicitaire¹

En 2015 et après une hausse de 0,9 % à fin septembre 2015, les investissements publicitaires plurimedia bruts (c'est-à-dire avant remises) et hors Internet, sont en hausse de 0,4 % à 25,8 milliards d'euros :

- la télévision reste le premier media investi et affiche la plus forte croissance à + 4,6 % sur la période, pour atteindre 11,0 milliards d'euros. Les investissements sur la TNT gratuite continuent de croître à un rythme élevé (+ 6,9 %), sous l'effet de la pénétration croissante des 6 nouvelles chaînes lancées en décembre 2012. Les recettes brutes de la télévision historique progressent quant à elles de 3,3 %.
- la presse voit ses recettes brutes diminuer à nouveau de 6,7 % sur un an, pour s'établir à 6,8 milliards d'euros.
- la radio bénéficie d'une hausse de 1,9 % de ses recettes brutes, qui s'élèvent à 4,8 milliards d'euros.
- l'affichage recule de 0,2 % sur un an, à 2,7 milliards d'euros, tandis que les investissements dans le cinéma progressent de 5,5 % à 431,3 millions d'euros.

A fin décembre, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 3,4 % par rapport à 2014.

L'évolution des investissements publicitaires bruts par secteur en 2015, pour ces quatre chaînes, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, année 2015 vs. année 2014.

¹ Investissements plurimedia hors sponsoring et hors Internet 2015 (5 médias).

TF1 | Information financière 2015

En 2015, le chiffre d'affaires de la publicité des 4 chaînes en clair du Groupe est en baisse de - 0,5 % et en recul de - 1,4 % au dernier trimestre.

L'ensemble des chaînes de la TNT du Groupe ont réussi à mieux monétiser les inventaires proposés, notamment grâce à la progression d'audience de NT1 et HD1. Cette performance compense le recul du chiffre d'affaires de la chaîne TF1, qui avait diffusé en 2014 la Coupe du Monde de la FIFA 2014 contre la Coupe du Monde de Rugby en 2015. Les événements dramatiques survenus à Paris en novembre 2015 ont également affecté les recettes publicitaires du dernier trimestre.

Dans le contexte d'une demande bien orientée et malgré le recul de sa part d'audience sur la période, TF1 a poursuivi sa stratégie de préservation de la valeur de ses écrans.

Ces résultats confirment la pertinence de la stratégie multichaine du groupe TF1.

Le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports du secteur Antennes est en retrait de 9,8 %, liée à la baisse d'activité au premier semestre puis l'arrêt de la version papier du journal *Metronews* le 3 juillet 2015.

La publicité digitale et l'activité de régie pour compte de tiers sont toutefois en progression en 2015.

- **Antennes en clair**¹

Marché

En 2015, la durée d'écoute de la télévision atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 44 minutes, en augmentation de 3 minutes en un an. La durée d'écoute pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats s'élève à 3 heures et 38 minutes, en hausse de 1 minute en un an. Ces données intègrent, depuis octobre 2014, la consommation en *catch-up* sur IPTV mais 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.

Les 6 nouvelles chaînes TNT HD lancées le 12 décembre 2012 continuent leur déploiement et sont disponibles auprès de 82 % des Français au 31 décembre 2015. En 2015, la part d'audience cumulée de ces chaînes atteint 5,5 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 7,0 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Un an auparavant, leur part d'audience

était respectivement sur ces cibles de 3,8 % et 5,0 %.

Audiences

Dans ce contexte de concurrence accrue, le groupe TF1 s'attache à établir une programmation :

- complémentaire entre ses 4 chaînes ;
- adaptée à la saisonnalité du marché publicitaire ;
- permettant de maintenir un écart d'audience important avec la concurrence ;
- puissante sur les tranches horaires à fort potentiel de monétisation ;
- attractive pour les cibles publicitaires.

La part d'audience réalisée en moyenne sur les Individus âgés de 4 ans et plus diminue de 1,0 point à 27,7 %, en lien avec la pression concurrentielle particulièrement forte.

La baisse se limite en revanche à - 0,7 point sur la cible de Femmes de moins de 50 ans responsables des achats (soit 10,7 points de plus que son premier concurrent privé).

TF1

TF1 reste la chaîne largement *leader* en France. Sa part d'audience s'établit à 21,4 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (versus une part d'audience de 22,9 % en 2014).

La part d'audience réalisée auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats atteint 23,4 % en 2015, contre 25,0 % un an plus tôt. L'écart avec la première chaîne concurrente privée s'établit à 8,0 points sur la principale cible publicitaire.

TF1 continue d'innover avec succès et confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social, seule chaîne à fédérer à en 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, à 32 reprises. Sur l'ensemble des diffusions, 10 programmes ont réuni plus de 9 millions de téléspectateurs et 3 programmes plus de 11 millions de téléspectateurs. Par ailleurs, TF1 a affiché 79 programmes à plus de 7 millions de téléspectateurs, contre un seul programme pour l'ensemble de la concurrence et comptabilise les 40 meilleures audiences des neuf premiers mois de l'année.

En *prime time*, la chaîne TF1 rassemble en moyenne à fin décembre 2015, 5,4 millions de téléspectateurs et se positionne en tant que *leader* pour 88 % des programmes diffusés.

¹ Source : Médiamétrie – Médiamat.

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

Le divertissement : *Les Enfoirés* ont rassemblé 11,4 millions de téléspectateurs le 13 mars avec une part d'audience de 54 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La 4^{ème} saison de *The Voice* a rassemblé jusqu'à 8,8 millions de téléspectateurs. Enfin, l'émission *C'est Canteloup* a réuni jusqu'à 9,0 millions de téléspectateurs avec une moyenne de 7,0 millions chaque soir.

La série américaine : la nouvelle saison de *Mentalist* a réuni jusqu'à 9,3 millions de téléspectateurs et a réalisé une moyenne de 38 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. *Person of Interest* a rassemblé jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs.

La fiction française : le genre continue à se renouveler. *L'emprise* a rassemblé 9,8 millions de téléspectateurs, record pour une fiction depuis octobre 2007. La série *Clem* a réalisé son record historique depuis son lancement en réunissant jusqu'à 7,7 millions de téléspectateurs.

Le cinéma : la diffusion de *Contagion* réalise la meilleure audience de l'année 2015 pour un film avec 7,3 millions de téléspectateurs. Le film *Un plan parfait* a rassemblé 6,5 millions de téléspectateurs.

L'information : les *Journaux Télévisés* de TF1 restent les plus fédérateurs d'Europe. Le Journal de 20h a attiré jusqu'à 10,2 millions de téléspectateurs. Le Journal Télévisé de 13h, quant à lui, a réuni jusqu'à 7,4 millions de téléspectateurs.

Le sport : la finale du Championnat du Monde de Handball opposant la France au Qatar a réuni 9,1 millions de téléspectateurs sur la chaîne.

La Coupe du Monde de Rugby, l'évènement sportif de l'année, a réuni jusqu'à 12,2 millions de téléspectateurs pour le quart de Finale opposant la France à la Nouvelle-Zélande.

TMC

TMC se classe 5^{ème} chaîne nationale en soirée en 2015 et affiche une part d'audience de 3,1 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (stable par rapport à 2014) et de 3,6 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (- 0,1 point en un an).

Sur le *prime time*, la chaîne rassemble 800 000 téléspectateurs en moyenne. Les films de *prime time* sont particulièrement fédérateurs puisqu'ils attirent en moyenne un million de téléspectateurs. Son offre cinéma se différencie avec des films tels que *Oblivion* record historique sur ce genre attirant jusqu'à 2,3 millions de téléspectateurs. TMC réalise par ailleurs d'excellents scores sur les magazines avec *90' enquêtes* (jusqu'à 1,1 million de téléspectateurs) et les séries américaines, notamment *Les experts Manhattan* qui attirent jusqu'à 1,3 million de téléspectateurs.

TMC a établi son record d'audience historique avec la demi-finale du Championnat du Monde de Handball en réunissant 3,3 millions de téléspectateurs.

NT1

NT1 réalise une excellente année 2015 et réalise une part d'audience moyenne de 2,0 % sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,2 point) ; la chaîne progresse fortement sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats à 3,2 % (+ 0,5 point).

La chaîne se classe ainsi 4^{ème} chaîne de la TNT sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et rassemble en moyenne 500 000 téléspectateurs en *prime time*. La chaîne est particulièrement puissante sur le cinéma et a rassemblé jusqu'à 1,6 million de téléspectateurs avec le film *Hôtel Transylvanie*.

La chaîne est par ailleurs très performante sur le divertissement avec des marques fortes : *Secret Story*, seule émission de Télé-réalité *live*, réalise d'excellentes performances avec en moyenne 0,8 million de téléspectateurs pour l'épisode inédit en *access*, ce qui la classe 3^{ème} chaîne sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et *leader* sur la cible des 15-24 ans. Enfin, l'offre de séries américaines obtient d'excellents scores avec notamment *Grey's Anatomy* qui permet à la chaîne d'être 4^{ème} chaîne sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats lors de sa diffusion.

HD1

Lancée en décembre 2012, HD1 se positionne en soirée en *leader* des 6 nouvelles chaînes HD.

En 2015, la chaîne, consacrée à la narration sous toutes ses formes, réalise 1,2 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,3 point) et 1,8 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, soit une nette hausse de 0,5 point.

HD1 est la seule chaîne de la TNT HD à atteindre les 300 000 téléspectateurs en moyenne en *prime time* grâce à la fiction française (*Section de recherches* avec un record d'audience de la chaîne à 820 000 téléspectateurs), au cinéma

TF1 | Information financière 2015

(*The Descendants* avec 800 000 téléspectateurs) ou des séries américaines comme *Dr House* qui réalise jusqu'à 5,0 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

- **e-TF1**

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie d'innovation digitale en lien avec les antennes du Groupe. Une nouvelle version du site MYTF1 a été lancée le 26 mai 2015, regroupant sous une même marque l'offre digitale des 4 chaînes en clair, ainsi qu'une offre *premium* de contenus 100 % digitaux (XTRA). Le site s'adapte à tous les supports (*responsive design*) et constitue un écran pour les nouveaux enjeux des annonceurs.

La vidéo en ligne continue d'afficher de très bonnes performances. Le groupe TF1 se positionne comme 5^{ème} groupe en nombre de vidéos vues, aux côtés des acteurs internationaux¹.

La consommation vidéo de MYTF1 sur IPTV continue par ailleurs sa forte croissance. Depuis le lancement de la mesure de l'audience non linéaire sur IPTV en octobre 2014, MYTF1 est *leader* de cette consommation et détient la meilleure audience programme en IPTV avec *L'emprise* (936 000 téléspectateurs).

Au cours du premier semestre, e-TF1 a également lancé l'offre de vidéo jeunesse par abonnement TFOU MAX en l'intégrant dans des offres de télévision payante ou en commercialisation directe.

Au total, le chiffre d'affaires est en hausse de 4,8 % et s'élève à 103,6 millions d'euros, grâce à la hausse de ses revenus publicitaires.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 21,2 millions d'euros, stable comparé à 2015.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 20,5 %, en baisse de 0,9 point.

- **Autres supports**

Publications Metro France

Afin de faire face à la crise du marché publicitaire qui frappe depuis plusieurs années et durablement Publications Metro France, l'entreprise a annoncé le 21 mai 2015 un projet d'adaptation de son organisation. Ce projet a conduit à la cessation de la parution du journal *Metronews* sur papier, entraînant la suppression de 60 postes. L'objectif est de développer les positions acquises par la marque sur le digital.

Par conséquent, le chiffre d'affaires de Publications Metro France a été divisé par 3 en 2015.

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe) enregistre un chiffre d'affaires en hausse de 5,7 % en 2015.

Contenus

Le chiffre d'affaires de l'activité Contenus s'établit à 93,5 millions d'euros (- 15,0 %). Cette baisse de 16,5 millions d'euros correspond principalement à la différence du montant de reventes des droits de diffusion des coupes du monde (30 millions d'euros pour la Coupe du Monde FIFA 2014 contre 13 millions d'euros pour la Coupe du Monde de Rugby).

Le résultat opérationnel courant s'établit à 14,5 millions d'euros, contre 15,7 millions d'euros un an plus tôt, 2014 ayant bénéficié de la sortie en salles du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

- **TF1 Droits Audiovisuels**

En 2015, la fréquentation des salles des cinémas demeure à un niveau particulièrement élevé avec 206 millions d'entrées (-1,4 % par rapport à 2014). La part de marché des films français est estimée à 35,2 %, soit - 9,2 points par rapport en 2014 au profit des films américains (+ 9,1 points de part de marché)².

En 2015, l'activité Salles de TF1 Droits Audiovisuels est en progression notamment grâce à l'exploitation internationale du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* Huit films sont sortis en salles en France : *Les souvenirs*, *Comme un avion*, *Suite française*, *Les profs 2*, *Dheepan*, palme d'or du dernier Festival de Cannes, *Boomerang*, *Ange et Gabrielle* et *Le goût des merveilles*.

L'activité catalogue profite du succès rencontré à l'export par la série *Profilage*.

En 2015, la contribution au chiffre d'affaires est en diminution avec une quasi stabilité du résultat opérationnel.

¹ Source : Médiamétrie NetRatings – moyenne 2015

² Source : CNC, fréquentation cinématographique estimée à fin décembre 2015.

• **TF1 Production**

La contribution au chiffre d'affaires de TF1 Production enregistre une hausse en 2015, principalement grâce à l'activité Spectacles avec la tournée des *Prêtres*.

En 2015, 500 heures de programmes ont été livrées aux chaînes du Groupe contre 571 heures en 2014. Cette baisse s'inscrit dans le contexte d'une base de comparaison élevée (9^{ème} saison de la fiction *RIS*, 12 épisodes de *Crossing Lines* et la production de la Coupe du Monde Football FIFA 2014 avec 28 matchs diffusés). Les activités de Divertissements, de formats courts et de Scripted Reality sont cependant en hausse sur la période.

En 2015, le résultat opérationnel de TF1 Production est en augmentation en lien avec la hausse du chiffre d'affaires.

• **TF1 Films Production**

En 2015, 14 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles, réalisant un total de 10,7 millions d'entrées en France, contre 18 films et 37,7 millions d'entrées un an auparavant.

TF1 Films Production compte 3 films millionnaires avec notamment le deuxième film du *box-office* français *Les profs 2* (3,5 millions d'entrées en salles).

La contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant du Groupe sont en diminution marquée, en raison d'une base de comparaison élevée, 2014 ayant bénéficié du succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*

1.4.2 SERVICES CONSOMMATEURS

Chiffre d'affaires (M€)	2015	2014	Var. %
TF1 Vidéo	59,3	56,4	+ 5,1 %
Téléshopping	84,1	87,8	- 4,2 %
TF1 Entreprises	70,5	65,4	+ 7,8 %
Services Consommateurs	213,9	209,6	+ 2,1 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2015	2014	Var. M€
TF1 Vidéo	1,3	1,0	+ 0,3
Téléshopping	3,1	3,2	(0,1)
TF1 Entreprises	11,3	10,6	+ 0,7
Services Consommateurs	15,7	14,8	+ 0,9

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs s'établit à 213,9 millions d'euros en 2015, soit une hausse de 2,1 %. Son résultat opérationnel est en amélioration de 0,9 million d'euros et s'élève à 15,7 millions d'euros.

TF1 Vidéo

En 2015, TF1 Vidéo affiche une hausse de 5,1 % de son activité à 59,3 millions d'euros et une hausse du résultat opérationnel de + 0,3 million d'euros.

En 2015, le marché de la vidéo physique est une nouvelle fois en recul marqué en France (- 14,8 %), tandis que le total du marché digital (VOD, EST et SVOD) affiche une hausse de 11,0 % à fin août 2015 par rapport à la même période en 2014¹.

TF1 Vidéo connaît depuis le début de l'année une progression de son chiffre d'affaires grâce à l'exploitation tous droits de certains films (comme *La Grande aventure de Maya l'abeille* ou *Joker*) et au lancement du label eCinéma (films pour lesquels la vidéo à la demande tient lieu de sortie en salles, comme *Age of Adaline*).

TF1 vidéo affiche un résultat opérationnel courant en légère hausse de + 0,3 million d'euros principalement lié à la progression de l'activité VOD.

Téléshopping

En 2015, Téléshopping génère un chiffre d'affaires de 84,1 millions d'euros, en recul de 4,2 % sur un an. Le nombre de commandes enregistrées par l'enseigne principale est en recul de - 5,2 % en un an, tandis que les autres activités continuent leur progression : les *infomercials*, le partenariat avec Venteo, ainsi que les magasins, avec l'ouverture de deux points de vente en 2015 à Créteil et à Strasbourg, portant le nombre de magasins à 7.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 3,1 millions d'euros en 2015, en recul de 0,1 million d'euros sur un an.

TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre en 2015 un chiffre d'affaires de 70,5 millions d'euros, une hausse marquée de + 7,8 % par rapport à 2014.

¹ Source : GFK, données à fin décembre 2015 pour le marché physique ; à fin août 2015 pour le digital.

TF1 | Information financière 2015

L'ensemble de ses départements réalise de bonnes performances.

L'activité Licences bénéficie depuis le début de l'année du lancement du ticket à gratter Française des Jeux / Koh Lanta, mais fait face à une forte concurrence sur les marques jeunesse et à une programmation moins favorable qu'en 2014.

L'activité Jeux est dynamisée en particulier par les ventes de *Chrono Bomb* en France comme à l'international et par la sortie de nouveautés (*Tresor Detector* et *Saut' Qui Peut*).

L'activité Edition connaît un succès continu avec la collection *Tintin* et poursuit le développement de son activité internationale (*Marvel*, *Laurel & Hardy*).

Enfin, l'activité Musique bénéficie des bons résultats de l'édition musicale (*NRJ Music Awards*, *Stars 80*, etc.) et du succès de l'exposition *Harry Potter* avec un peu plus de 470 000 visiteurs.

Le résultat opérationnel courant ressort à 11,3 millions d'euros, en hausse de 0,7 million d'euros sur un an.

1.4.3 OFFRE PAYANTE¹

Chiffre d'affaires (M€)	2015	2014	Var. %
Eurosport France	17,8	65,7	- 72,9 %
dont Publicité	1,3	6,9	- 81,2 %
dont Autres CA	16,5	58,8	- 71,9 %
Chaînes Thématiques France	54,8	59,5	- 7,9 %
dont Publicité	7,6	8,3	- 8,4 %
dont Autres CA	47,2	51,2	- 7,8 %
Offre Payante	72,6	125,2	- 42,0 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2015	2014	Var. M€
Eurosport France	33,7	4,1	+ 29,6
Chaînes Thématiques France	0,0	(2,6)	+ 2,6
Offre Payante	33,7	1,5	+ 32,2

La société Eurosport France, cédée le 31 mars 2015 à Eurosport SAS, reste consolidée jusqu'au 31 mars 2015.

Le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante s'établit en 2015 à 72,6 millions d'euros, en baisse de 52,6 millions d'euros, le chiffre

d'affaires d'Eurosport France n'étant plus consolidé à compter du 1^{er} avril 2015.

Le résultat opérationnel courant intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France et affiche une croissance de 32,2 millions d'euros à 33,7 millions d'euros.

Eurosport France

La société Eurosport France reste consolidée dans les comptes du groupe TF1 jusqu'au 31 mars 2015, date à laquelle Eurosport SAS a acquis 100 % du capital de la société.

En 2015, seul le chiffre d'affaires d'Eurosport France du premier trimestre est comptabilisé et s'élève à 17,8 millions d'euros.

Le résultat opérationnel s'élève à 33,7 millions d'euros et intègre le résultat opérationnel courant du premier trimestre ainsi que le résultat de déconsolidation de la société.

En 2014, Eurosport France réalisait un chiffre d'affaires de 65,7 millions d'euros et un résultat opérationnel de 4,1 million d'euros.

Chaînes Thématiques France

L'ensemble des chaînes payantes réalisent en France une part d'audience de 9,9 % en 2015 versus 10,7 % en 2014. L'offre payante fait face à la poursuite de la croissance des chaînes de la TNT gratuite.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'établit en 2015 à 54,8 millions d'euros, soit une baisse de - 7,9 % en un an (- 4,7 millions d'euros). Il est principalement affecté par l'arrêt de la chaîne Stylia depuis le 31 décembre 2014 (- 3,6 millions d'euros) et la baisse des revenus publicitaires de LCI.

Le résultat opérationnel courant des chaînes thématiques France progresse de 2,6 millions d'euros, permettant au pôle d'atteindre l'équilibre. Cette amélioration s'explique par la réduction de la base de coûts des chaînes payantes et par la fermeture de Stylia, légèrement déficitaire sur la période en 2014.

Dans le cadre de son partenariat avec Discovery Communications, le groupe TF1 a annoncé le 1^{er} octobre 2015 la finalisation du rachat de la participation de 20 % du groupe Discovery dans les chaînes Histoire, Ushuaïa et TV Breizh et détient depuis cette date 100 % du capital de ces trois chaînes (cf. note 1.2 des annexes aux états financiers consolidés).

• LCI

LCI poursuit sa ligne éditoriale, axée sur l'analyse et le décryptage de l'actualité. La chaîne continue

¹ Source : MédiamatThématik (vague 29, janvier – juin 2015), univers offre payante, sauf pour le cumul chaînes payantes : Médiamat – à fin décembre 2015.

de proposer ses marques fortes comme *Le Club LCI* et *Le petit JT*, premier journal destiné aux enfants. En 2015, la part d'audience de la chaîne est de 0,4 % des Individus âgés de 4 ans et plus. Le chiffre d'affaires de LCI recule en 2015. Cependant, la réduction des charges de la chaîne permet de quasi stabiliser sa perte opérationnelle.

En 2015, LCI est diffusé sur la TNT payante et a renouvelé ses accords de distribution avec les opérateurs.

Le 17 décembre 2015, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a autorisé le passage en TNT gratuite de LCI, sous réserve d'engagements à compter de 2016.

- **TV Breizh**

Première chaîne mini-généraliste auprès des individus recevant une offre étendue, TV Breizh confirme son *leadership* sur l'offre payante. Sa part d'audience à fin décembre 2015 est de 1,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de 1,4 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Grâce à cette performance, TV Breizh voit son chiffre d'affaires augmenter en 2015. Sa rentabilité est en nette amélioration sur un an, en raison du repositionnement éditorial de la chaîne et de l'optimisation de son coût des programmes.

- **Histoire et Ushuaïa**

Les chaînes Histoire et Ushuaïa réalisent en 2015 une part d'audience cumulée de 0,3 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Si les revenus de ces deux chaînes sont en hausse en 2015, le chiffre d'affaires du pôle Découverte affiche toutefois un léger retrait, en raison de la fermeture de la chaîne Stylia le 31 décembre 2014. Le résultat opérationnel du pôle est quant à lui en hausse en un an.

En 2015, Ushuaïa TV a vu son audience progresser de 16 % sur les individus âgés de 4 ans et plus en un an, confirmant ainsi le succès de sa politique éditoriale autour de l'évasion et de la découverte. La chaîne a fêté ses 10 ans au mois de mars et met en valeur les sujets environnementaux tout au long de l'année, en anticipation de la Conférence Paris Climat 2015. Histoire poursuit sa politique éditoriale afin de renforcer le rayonnement de sa marque, qui font d'elle la chaîne de référence sur l'histoire au sein des offres câble, satellite et ADSL.

1.4.4 HOLDING ET DIVERS

Chiffre d'affaires (M€)	2015	2014	Var. %
Holdings et Divers	0,0	8,2	- 100,0 %

Résultat opérationnel courant (M€)	2015	2014	Var. M€
Holdings et Divers	14,7	48,5	(33,8)

Le 30 octobre 2014, le groupe TF1 a cédé son activité de diffusion OneCast, auparavant comprise dans le secteur Holdings et Divers.

En 2015, le secteur n'a pas de chiffre d'affaires.

Le résultat opérationnel courant, désormais attribuable en totalité au résultat des entités immobilières, est égal à 14,7 millions d'euros.

1.5. Responsabilité sociétale

Egalité Femmes – Hommes

Réseau mixte interne : #Fiftyfiftyf1

L'objectif du réseau mixte d'entreprise FIFTY FIFTY est de sensibiliser au lien entre mixité et performance, de développer l'assertivité des femmes, de proposer des leviers d'actions permettant d'améliorer la performance de l'entreprise. Les valeurs du réseau sont la solidarité, l'ouverture d'esprit, la bienveillance, le partage, la créativité et l'humour.

FIFTY FIFTY a signé, en décembre 2015, un accord avec le réseau *Professional Women's Network* (PWN) qui compte 900 membres en France et 3 500 membres dans le monde (90 nationalités et une implantation dans 24 villes). En signant cet accord, le groupe TF1 devient le 1^{er} partenaire Média du réseau PWN. Les membres de FIFTY FIFTY peuvent ainsi participer à des conférences, des ateliers de travail, de réflexion et d'inspiration ainsi qu'à des rencontres avec d'autres grandes entreprises. La signature de ce contrat avec PWN permet à FIFTY FIFTY d'asseoir ses valeurs et sa conviction : la mixité est l'une des clés de la performance. Né d'une réflexion plus globale sur les actions à mener en termes de mixité au sein du Groupe, le réseau mixte FIFTY FIFTY a été lancé à l'initiative de 3 collaboratrices en juin 2015 et compte aujourd'hui près de 130 membres dont environ 20 % d'hommes.

Diversité des parcours et des origines

HD1 a réalisé fin septembre 2015 le pilote d'une comédie issue d'un partenariat inédit. Cet épisode de 26 minutes de comédie intitulé « *Zadig et ta mère* » raconte avec humour et de façon décalée le quotidien de deux familles de milieux différents, contraintes de vivre ensemble au cœur d'un quartier populaire de banlieue.

Il résulte d'un partenariat entre HD1, PM, société de production partenaire de longue date de la fiction du groupe TF1, de la Fondation d'entreprise TF1 et du CGET (Commissariat Général à l'Égalité des Territoires).

Lancé en janvier 2015, ce projet a permis à quatre jeunes issus de quartiers sensibles d'être formés aux techniques d'écriture par deux auteurs professionnels. Il aboutit aujourd'hui à la réalisation d'un pilote au casting prestigieux :

Hélène de Fougerolles, Eric Berger, Marie Béraud, Tatiana Rojo, Gwendal Marimoutou, Emir Seghir, Emmanuel Patron et Sophie Boudre à la réalisation.

Environnement

Le 12 octobre 2015, le groupe TF1 a signé la Charte Paris Action Climat à l'Hôtel de Ville de Paris. En signant cette charte, le Groupe s'engage à inscrire son activité dans les objectifs du « Plan Climat Energie de Paris » par la maîtrise de ses consommations énergétiques et la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre.

Cet engagement s'inscrit dans le prolongement du plan de maîtrise des consommations porté par le Groupe depuis 2010, qui a déjà permis une réduction de 7 % des consommations électriques au sein du siège social basé à Boulogne-Billancourt. Il prend en compte également l'implication du groupe TF1 dans le collectif Ecoprod, créé en 2009.

Par ailleurs, tout au long de l'année 2015, le Groupe s'est mobilisé fortement autour de la COP21 en proposant une large couverture éditoriale dans l'information de TF1 et LCI, une programmation spéciale sur Ushuaïa TV et en organisant des conférences à destination de ses parties prenantes.

Dialogue et transparence

A l'occasion de la 6^{ème} édition des Grands Prix de la Transparence, le groupe TF1 remporte pour la seconde année consécutive le Grand Prix de la Transparence, toutes catégories.

Sous l'égide d'un comité scientifique représentant les utilisateurs de l'information financière*, les Grands Prix de la Transparence, organisés par la société Labrador, récompensent chaque année la facilité d'accès à l'information réglementée pour toutes les catégories de lecteurs.

* *Le comité scientifique est composé de représentants des métiers de la gestion, des investisseurs individuels, de la place de Paris, des clubs d'investissement et des investisseurs individuels, des administrateurs, des analystes financiers, de la bourse, des universitaires et des spécialistes de la RSE.*

1.6. Point social

En 2015, le groupe TF1 compte 2 565 collaborateurs en CDI contre 2 694 un an plus tôt.

1.7. Performances boursières

Au 31 décembre 2015, l'action TF1 clôture à 10,25 euros, soit une baisse de 19,4 % par rapport au 31 décembre 2014.

Le cours moyen de TF1 en 2015 est de 14,19 euros contre 12,38 en moyenne en 2014, soit une progression de 14,6 %.

Sur cette même période, la moyenne du CAC 40 a progressé de 11,4 % et la moyenne du SBF 120 de 12,3 %.

Le CAC 40 est en hausse sur cette même période de 8,5 % et SBF 120 de 9,0 %.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2015, de 2,2 milliards d'euros, en baisse de 19,8 % par rapport à la capitalisation boursière du 31 décembre 2014.

1.8. Perspectives

La faible visibilité en 2016 et l'absence d'amélioration durable de l'environnement économique en France devrait entraîner une stabilité du marché net de la publicité télévisuelle.

Le Groupe continuera de maîtriser le coût des programmes de ses 5 chaînes gratuites (incluant LCI), lequel devrait être de l'ordre de 980 millions d'euros en 2016 hors événement sportif.

En 2016, le Groupe estime que le montant des charges non courantes pourrait être de l'ordre de 50 millions d'euros, dans le domaine de l'information (lancement de LCI en gratuit) et dans celui de la production (intégration de Newen Studios).

En 2016, le groupe TF1 poursuivra l'évolution du modèle économique de ses chaînes, accélèrera la transformation digitale de tous ses métiers, conduira le projet de passage en clair de sa chaîne d'information LCI et trouvera notamment au travers de l'acquisition de la société Newen Studios de nouveaux axes de développement dans la production et les contenus.

1.9. Evolution du capital

A la suite de l'acquisition sur le marché d'actions propres dans le cadre du programme de rachat d'actions de TF1, le Conseil d'administration a décidé l'annulation de 1 482 183 actions.

Au 31 décembre 2015, le nombre d'actions s'élève à 210 521 567 et le nombre total de droits de vote exerçables à 209 033 985. Le capital est de 42 104 313,40 euros.

1.10. Gouvernance

Au cours du Conseil d'Administration du 17 février 2016, Martin Bouygues a rendu hommage aux actions engagées par le groupe TF1 durant le mandat de Nonce Paolini ; entre 2007 et 2015, le groupe TF1 a renforcé son portefeuille de chaînes gratuites, a développé son pôle d'information avec LCI, s'est adapté aux nouveaux usages en devenant *leader* de la consommation délinéarisée de contenus TV, a assaini ses diversifications et pris pied dans la production indépendante avec le rachat de Newen. Il s'est par ailleurs largement engagé sur le plan sociétal avec la création de la Fondation d'entreprise TF1, en étant le premier groupe média à détenir le Label Diversité et en obtenant la reconnaissance des organismes agréés pour l'ensemble de sa politique RSE. Les valeurs personnelles et l'engagement de Nonce Paolini ont été déterminants dans la conduite de ces grands chantiers, qui permettent au groupe TF1 d'être en bonne position, avec Gilles Pélisson à sa tête, pour aborder les défis du futur.

Nouvelle Présidence Direction générale

Suivant l'avis de son Comité de Sélection et ayant conclu qu'il était préférable de ne pas dissocier les fonctions de Président et de Directeur général, le Conseil d'Administration a choisi Gilles Pélisson pour exercer le mandat de Président directeur général.

Agé de 58 ans, diplômé de l'Essec et de la Harvard Business School, Gilles Pélisson a dirigé Eurodisney et Accor, sociétés cotées importantes fournissant des services au grand public, ainsi que Noos et Bouygues Telecom, sociétés exerçant des activités régulées sur des marchés connaissant des évolutions technologiques importantes. Gilles Pélisson a une grande expérience de l'international et a toujours veillé à la qualité des relations sociales. Il connaît bien TF1, dont il est Administrateur depuis 2009.

TF1 | Information financière 2015

Gilles Pélisson a été nommé Président directeur général, lors de la séance du Conseil d'Administration du 17 février 2016, son entrée en fonction étant effective le 19 février 2016, le lendemain de la présentation des comptes de l'exercice 2015.

Le Conseil d'Administration, dans sa séance du 28 octobre 2015, avait arrêté le choix du successeur de Nonce Paolini, dont le mandat de Président directeur général expirait au premier trimestre 2016.

Depuis novembre 2015, Gilles Pélisson s'est préparé à ses nouvelles fonctions avec le concours de Nonce Paolini.

Nomination d'une nouvelle Administratrice

Après avoir recueilli l'avis du Comité de Sélection, le Conseil d'Administration propose aux actionnaires de nommer Madame Pascaline de Dreuzy en qualité d'Administratrice non représentante du personnel, pour une durée de trois années, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale appelée à statuer en 2019, sur les

comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2018. Le Conseil d'Administration estime que l'entrée de cette nouvelle Administratrice au sein du Conseil, permettrait de conforter l'efficacité de ses travaux, en plaçant, aux côtés des Administrateurs présents ayant l'expérience des métiers de l'audiovisuel, une grande professionnelle, très attachée aux valeurs éthique, sociale et humaniste et disposant d'une large expérience du monde des affaires ; ses fonctions antérieures d'Administratrice du holding familial du Groupe PSA et actuelles de l'Institut Français des Administrateurs contribueront également à la richesse des échanges du Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration a également examiné la situation de Madame Pascaline de Dreuzy au regard des critères d'indépendance définis par le Code AFEP/MEDEF. Il a conclu notamment qu'elle n'avait aucune relation d'affaires avec le groupe TF1 et a retenu la concernant la qualification d'Administrateur d'indépendant.

Comptes consolidés 2015

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

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Exercice	
	2015	2014
Recettes publicitaires	1 554,2	1 575,5
Autres revenus	450,1	516,3
Chiffre d'affaires	2 004,3	2 091,8
Autres produits de l'activité	-	0,3
Achats consommés et variation de stocks	(1 017,6)	(1 119,1)
Charges de personnel	(327,4)	(332,4)
Charges externes	(341,0)	(362,4)
Impôts et taxes	(124,0)	(126,2)
Dotation nette aux amortissements	(56,5)	(55,4)
Dotation nette aux provisions	11,7	10,0
Autres produits d'exploitation	106,3	120,8
Autres charges d'exploitation	(97,8)	(110,9)
Résultat opérationnel courant	158,0	116,5
Autres produits opérationnels	-	-
Autres charges opérationnelles	(16,8)	-
Résultat opérationnel	141,2	116,5
Produits sur endettement financier	1,2	1,2
Charges sur endettement financier	(0,1)	(0,1)
Coût de l'endettement financier net	1,1	1,1
Autres produits financiers	0,8	0,6
Autres charges financières	(4,0)	(0,3)
Impôt	(42,3)	(29,8)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	6,5	15,0
Résultat net des activités poursuivies	103,3	103,1
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	315,9
Résultat net	103,3	419,0
attribuable au Groupe :	99,9	412,7
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>	99,9	99,9
<i>Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession</i>	-	312,8
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :	3,4	6,3
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>	3,4	3,2
<i>Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession</i>	-	3,1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 786	211 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	0,47	0,47
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	0,47	0,47
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)	-	1,48
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)	-	1,47

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)

	Exercice 2015	Exercice 2014
Résultat net consolidé	103,3	419,0
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	(3,5)	(6,3)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	1,2	2,2
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Eléments recyclables en résultat net		
Réévaluation des instruments dérivés de couverture ⁽¹⁾	(2,2)	6,9
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	0,8	(2,5)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	0,6	0,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(3,1)	1,0
Total des produits et charges comptabilisés	100,2	420,0
<i>attribuable au Groupe</i>	96,8	413,7
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	3,4	6,3

⁽¹⁾ Dont quote-part recyclée (6,5) million d'euros à fin 2015, (0,4) millions d'euros à fin 2014

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Exercice 2015	Exercice 2014
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)	103,3	103,1
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)	54,1	50,1
Résultat de cessions d'actifs	(32,4)	(31,0)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes	7,9	(8,3)
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	(10,1)	(14,1)
Sous-total	122,8	99,8
Coût de l'endettement financier net	(1,1)	(1,1)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)	42,3	29,8
Capacité d'autofinancement	164,0	128,5
Impôts versés (-) / remboursés (+)	(35,1)	(33,1)
Variation du BFR lié à l'activité	8,4	12,7
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	137,3	108,1
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(57,6)	(36,9)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	0,2	0,4
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières	(6,2)	(9,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières	-	-
Incidence des variations de périmètre	494,5	306,0
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>	-	-
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>	526,9	307,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>	-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>	(32,4)	(1,5)
Dividendes reçus	0,2	30,4
Autres flux liés aux opérations d'investissement	1,7	25,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	432,8	316,1
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options	4,5	1,6
Rachats et reventes d'actions propres	(40,0)	-
Autres opérations entre actionnaires	(14,6)	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(317,3)	(117,2)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts	0,1	-
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)	(1,3)	(2,6)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)	1,1	1,1
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	(367,5)	(117,1)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES	202,6	307,1
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies	498,2	191,1
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies	202,6	307,1
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	700,8	498,2
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION :	Exercice	Exercice
	2015	2014
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	-	69,6
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession		(34,5)
Déconsolidation des activités en cours de cession		(35,1)
Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession	-	-

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	2015.12	2014.12
Goodwill	431,6	473,8
Immobilisations incorporelles	125,2	108,3
Droits audiovisuels	65,0	46,8
Autres immobilisations incorporelles	60,2	61,5
Immobilisations corporelles	170,1	176,3
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	84,8	581,8
Actifs financiers non courants	30,1	29,2
Actifs d'impôt non courants	-	-
Total actifs non courants	841,8	1 369,4
Stocks et en-cours	726,9	694,3
Programmes et droits de diffusion	713,4	678,5
Autres stocks	13,5	15,8
Clients et autres débiteurs	937,4	1 136,6
Actifs d'impôt courants	-	15,0
Autres actifs financiers courants	4,5	7,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie	703,1	501,4
Total actifs courants	2 371,9	2 354,6
Actifs d'activités en cours de cession	-	-
TOTAL ACTIF	3 213,7	3 724,0
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	700,8	497,0
<i>Dont trésorerie nette sur activités poursuivies</i>	<i>700,8</i>	<i>497,0</i>
<i>Dont trésorerie nette sur activités en cours de cession</i>	<i>-</i>	<i>-</i>

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	2015.12	2014.12
Capital	42,1	42,3
Primes et réserves	1 599,7	1 548,4
Résultat consolidé de l'exercice	99,9	412,7
Total capitaux propres part du groupe	1 741,7	2 003,4
Participations ne donnant pas le contrôle	20,1	36,5
Total capitaux propres	1 761,8	2 039,9
Emprunts non courants	-	-
Provisions non courantes	51,3	48,4
Passifs d'impôt non courants	11,8	31,5
Total passifs non courants	63,1	79,9
Dettes financières courantes	2,3	4,4
Fournisseurs et autres créiteurs	1 339,7	1 566,5
Provisions courantes	36,6	33,3
Passifs d'impôt courants	10,2	-
Autres passifs financiers courants	-	-
Total passifs courants	1 388,8	1 604,2
Passifs d'activités en cours de cession	-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF	3 213,7	3 724,0

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2013	42,2	5,8	-	1 661,5	(5,8)	1 703,7	130,5	1 834,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	1,5	-	-	-	1,6	-	1,6
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(116,2)	-	(116,2)	(8,7)	(124,9)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total opérations avec les actionnaires	0,1	1,5	-	(115,6)	-	(114,0)	(8,7)	(122,7)
Résultat net consolidé	-	-	-	412,7	-	412,7	6,3	419,0
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	1,0	1,0	-	1,0
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	(91,6)	(91,6)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2014	42,3	7,3	-	1 958,6	(4,8)	2 003,4	36,5	2 039,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	4,4	-	-	-	4,5	-	4,5
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	1,3	-	1,3	-	1,3
Rachat d'actions propres	-	-	(40,0)	-	-	(40,0)	-	(40,0)
Annulation d'actions propres	(0,3)	-	-	-	-	(0,3)	-	(0,3)
Dividendes versés	-	-	-	(317,3)	-	(317,3)	-	(317,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	(9,6)	-	(9,6)	(5,0)	(14,6)
Total opérations avec les actionnaires	(0,2)	4,4	(40,0)	(325,6)	-	(361,4)	(5,0)	(366,4)
Résultat net consolidé	-	-	-	99,9	-	99,9	3,4	103,3
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(3,1)	(3,1)	-	(3,1)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	2,9	-	2,9	(14,8)	(11,9)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2015	42,1	11,7	(40,0)	1 735,8	(7,9)	1 741,7	20,1	1 761,8

Notes annexes aux états financiers consolidés

Les notes aux états financiers consolidés sont présentées dans les annexes. Se reporter sur le site Internet du Groupe pour les consulter : <http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs/resultats-et-publications/rapports-financiers?annee%5Bvalue%5D%5Byear%5D=2015>

Calendrier prévisionnel

- **14 avril 2016** : Assemblée Générale des actionnaires
- **22 avril 2016** : détachement du dividende 2015
- **25 avril 2016** : arrêté des positions pour la mise en paiement
- **26 avril 2016** : paiement du dividende 2015
- **26 avril 2016** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2016
- **21 juillet 2016** : chiffre d'affaires et comptes semestriels 2016
- **27 octobre 2016** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2016

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 104 313,40 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Cedex – France
www.groupe-tf1.fr

Contacts :
Département Relations Investisseurs
Courriel : comfi@tf1.fr
