

Sommaire

DECLARATION DE LA PERSONNE RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	3
CHIFFRES CLES CONSOLIDES	4
CONTRIBUTIONS AU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE.....	5
PRINCIPAUX EVENEMENTS 2009.....	6
RAPPORT DE GESTION – 1^{ER} SEMESTRE 2009.....	9
PRESENTATION ANALYTIQUE DU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE.....	20
PRESENTATION DES COMPTES CONSOLIDES.....	21
BILAN CONSOLIDE	21
BILAN CONSOLIDE - SUITE	22
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	23
ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES	24
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES	25
TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES	26
NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES	27
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION FINANCIERE SEMESTRIELLE 2009	35

Déclaration de la personne responsable du rapport financier semestriel



La Présidence

Boulogne, le 24 juillet 2009

ATTESTATION DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes 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 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.

Le Président directeur général
Nonce Paolini

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nonce Paolini', with a long horizontal flourish underneath.

TELEVISION FRANCAISE 1 – Société Anonyme au capital de 42 682 098,4 € - 326 300 159 R.C.S. NANTERRE
SIEGE SOCIAL : TF1 – 1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – Téléphone : 01 41 41 12 34

Chiffres clés consolidés

<i>en millions d'euros</i>	1^{er} semestre 2009	1^{er} semestre 2008 Retraité	1^{er} semestre 2008 Publié	Année 2008 (12 mois)
Chiffres d'affaires*	1 130,1	1 352,8	1 363,5	2 594,7
<i>Recettes Publicité Antenne TF1</i>	686,5	891,2	891,2	1 647,3
<i>Recettes des autres activités</i>	443,6	461,6	472,3	947,4
Résultat opérationnel	37,5	171,4	171,4	176,5
Résultat net part du groupe	49,1	125,0	125,0	163,8
Capacité d'autofinancement**	85,0	217,0	222,9	269,9
Capitaux propres	1 327,8	1 337,4	1 337,4	1 376,9
Endettement financier net	820,3	705,8	705,8	704,5
Bénéfice net par action (€)	0,23	0,59	0,59	0,77
Bénéfice net dilué par action (€)	0,23	0,59	0,59	0,77

* Le chiffre d'affaires consolidé est retraité du chiffre d'affaires pour compte de tiers (10,7 millions d'euros au 1^{er} semestre 2008). Cela n'a pas d'incidence sur le résultat.

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

	1^{er} semestre 2009	1^{er} semestre 2008	Année 2008
Nb moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	213 396	213 403	213 400
Cours de clôture fin de période (en euros)	8,0	10,63	10,44
Capitalisation boursière (en milliards d'euros) de fin de période	1,7	2,3	2,2

Contributions au compte de résultat consolidé

en millions d'euros	Chiffre d'affaires*				Résultat opérationnel			
	S1 2009	S1 2008 retraité	S1 2008 publié	2008 (12 mois)	S1 2009	S1 2008 retraité	S1 2008 publié	2008 (12 mois)
SECTEUR ANTENNES FRANCE	913,0	1 124,5	1 135,2	2 103,5	32,2	153,3	153,3	164,3
TF1 SA	691,1	895,6	895,6	1 655,0	11,1	134,0	134,0	136,4
Téléshopping	55,8	71,2	77,9	126,3	2,3	4,1	4,1	5,4
Chaînes thématiques France ^a	97,5	96,2	96,2	187,9	8,5	4,2	4,2	3,6
TF1 Entreprises	13,7	12,1	12,1	36,0	- 1,8	- 1,9	- 1,9	- 0,4
Production ^b	10,5	18,7	18,7	31,1	4,1	4,5	4,5	2,7
e-TF1	36,9	27,3	24,3	60,4	- 3,5	- 1,8	- 0,2	- 4,1
Divers ^c	7,5	3,4	10,4	6,8	11,5	10,2	8,6	20,7
SECTEUR DROITS AUDIOVISUELS	68,9	77,7	77,7	174,0	- 15,2	1,8	1,8	- 10,8
Catalogue ^d	25,8	28,2	28,2	54,7	- 9,8	- 1,1	- 1,1	- 12,9
TF1 Vidéo ^e	43,1	49,5	49,5	119,3	- 5,4	2,9	2,9	+ 2,1
SECTEUR ANTENNES INTERNATIONALES ^f	147,3	150,3	150,3	316,2	22,3	18,3	18,3	26,6
ACTIVITES DIVERSES ^g	0,9	0,3	0,3	1,0	- 1,8	- 2,0	- 2,0	- 3,6
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	1 130,1	1 352,8	1 363,5	2 594,7	37,5	171,4	171,4	176,5

* Le chiffre d'affaires consolidé est retraité du chiffre d'affaires pour compte de tiers (10,7 millions d'euros au 1^{er} semestre 2008). Cela n'a pas d'incidence sur le résultat.

^a dont Eurosport France, LCI, TV Breizh, TMC, TF6, Série Club, Odysée, Histoire, Ushuaïa TV, TFOU, JET et TF1 Digital.

^b entités de production télévisuelle et cinématographique.

^c dont principalement TF1 Publicité, GIE Achats de Droits et GIE Aphélie.

^d dont principalement TF1 International, Telema et TCM.

^e y compris CIC et RCV.

^f Eurosport International et France 24 (pour mémoire, les actions France 24 ont été cédées à la société Audiovisuel Extérieur de la France (AEF) le 12 février 2009).

^g Top Ticket.s (Pilipili).

Principaux évènements 2009

ANTENNES FRANCE

L'Antenne TF1

La loi relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de télévision a été adoptée le 5 janvier 2009, promulguée le 5 mars 2009 et publiée au Journal Officiel du 7 mars 2009. Elle marque l'arrêt de la publicité sur les écrans de France Télévisions entre 20h et 6h à compter du 5 janvier 2009.

Cette loi a également transposé la directive communautaire SMA et a ainsi autorisé la possibilité d'introduire une seconde coupure publicitaire dans les œuvres audiovisuelles.

Enfin, la réforme de l'audiovisuel s'est également traduite par un décret entré en vigueur le 1^{er} janvier 2009 lequel modifie la comptabilisation de la publicité de l'heure glissante à l'heure d'horloge et dé plafonne la durée quotidienne de la publicité de 144 à 216 minutes (soit 9 minutes et non plus 6 minutes par heure en moyenne quotidienne sur l'ensemble de la journée avec un maximum de 12 minutes par heure d'horloge).

Sur les six premiers mois de l'année, TF1 est leader sur 91 % des soirées¹ et obtient 49 des 50 meilleures audiences.

Le 6 mars 2009, TF1 bat un record d'audience avec *Les Enfoirés font leur Cinéma* en rassemblant 12,3 millions de téléspectateurs¹.

Les chaînes thématiques

Au cours du premier semestre 2009, TMC confirme sa position de leader des chaînes de la TNT, avec 2,4 % de part d'audience nationale¹ et 13 émissions à plus de 1 million de téléspectateurs. TMC revêt, par ailleurs, une nouvelle identité visuelle, dévoile son nouveau logo et passe au 16/9^e.

Le 11 juin 2009, TF1 et Groupe AB signent un accord visant le rachat par TF1 de 100 % de NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB, ce qui porterait à 80 % la participation de TF1 dans cette chaîne. Cette opération sera soumise à l'examen des autorités compétentes.

Le 15 janvier 2009, LCI a lancé LCI Radio, une radio disponible gratuitement sur le web. Radio d'information généraliste, elle vient enrichir l'offre LCI.fr. et est alimentée par des programmes originaux créés par des journalistes des différentes rédactions du Groupe. En cela, elle est un exemple de projet transverse réussi.

LCI Radio est aussi disponible sur iPhone et iPod Touch.

LCI Web Radio fournit les bulletins d'information de la station de radio OUI FM.

Le 7 avril 2009, LCI annonce un partenariat avec Aéroport de Paris et JC Decaux. Ce partenariat vise à fournir un nouveau programme d'information afin d'alimenter le premier média télévisuel dédié aux passagers des aéroports d'Orly et de Roissy.

Le 26 mai 2009, LCI Radio est retenue pour être diffusée en radio numérique terrestre dès la fin de l'année 2009 dans trois villes : Paris, Marseille, Nice.

Autres sociétés

TF1 Publicité

TF1 Publicité commercialise, depuis le début de l'année 2009, l'offre publicitaire du GIE Les Indépendants, qui réunit 120 radios locales et régionales. Cette offre nationale leader (18,3 % de part d'audience commerciale sur les individus 25-49 ans sur avril - juin 2009²) est complétée par le couplage Sud Radio et Wit FM. La commercialisation de ces supports publicitaires s'inscrit dans la stratégie de communication plurimédia de la régie de TF1.

¹ Source : Médiamétrie Médiamat – Individus âgés de 4 ans et plus (NB : les autres chaînes ont été topées sur les soirées de TF1)

² Source : Médiamétrie 126 000 Radio Avril - Juin 2009 / Lundi - Vendredi / 05h - 24h / Part d'Audience Commerciale calculée sur la base de la somme des QHM des régies commerciales (périmètre AJ 09) : TF1 Publicité Radios + Lagardère Publicité + IP Radio + NRJ Global + Skyrègle + RMC + Radio Classique.

TF1 Production

Depuis le 1^{er} janvier 2009, les sociétés Alma, Glem, Quai Sud, TAP, TPP et Yagan sont regroupées sous la même entité juridique TF1 Production. Cette fusion permet notamment le rapprochement des équipes et le développement de synergies tout en mutualisant les fonctions administratives.

Le 3 juin 2009, la Cour de Cassation a rendu sa décision sur le litige relatif à l'émission de télé-réalité *L'île de la Tentation*. Les contrats de participants sont requalifiés en contrat de travail. En revanche, la Cour de Cassation a rejeté la demande des participants quant au statut d'acteurs-interprètes et n'a pas retenu la notion de travail dissimulé.

Téléshopping

Le 12 février 2009, Téléshopping finalise la cession de la totalité des actions de sa filiale Shopping à la Une, éditeur de surinvitation.com, au groupe Initiatives et Développements.

e-TF1

Le nouveau tf1.fr est désormais en ligne depuis le 16 avril 2009. Autour de l'information, de la grille TV, d'un large contenu de vidéos et d'un échange entre TF1 et ses téléspectateurs, TF1 crée un site fédérateur et complémentaire de l'Antenne.

TF1 Entreprises

Le 31 mai, lors du Licensing Show de Las Vegas, TF1 Games s'est vu décerner par la Twentieth Century Fox le trophée du Licencié de l'année (médaille d'argent) pour son travail novateur sur la marque *L'Âge de Glace*. Cette récompense internationale - toutes licences confondues - est pour TF1 Games l'aboutissement des efforts déployés dans le domaine des licences.

DROITS AUDIOVISUELS

Le 16 janvier, TF1 Vision lance sur iTunes Store une application pour iPhone qui permet de retrouver les bandes annonces et extraits des dernières nouveautés mises en ligne sur le site TF1 Vision.

Les 25 et 26 avril derniers, le service de Vidéo à la Demande du groupe TF1 a enregistré son plus fort week-end de consommation VOD depuis la création du service en novembre 2005. TF1 Vision confirme son savoir-faire sur le marché de la VOD grâce notamment à la qualité de sa ligne éditoriale attractive avec les séries en exclusivité, *Brothers & Sisters*, *Chuck* et *Fringe* et la programmation actuelle de films à fort potentiel comme *Go Fast*, *Bangkok Dangerous* ou encore *Faubourg 36*. TF1 Vision continue à travailler sur ses acquisitions et sa ligne éditoriale afin de compléter son vidéoclub numérique déjà riche de 6 000 programmes.

Le 13 mai, TF1 et UGC annoncent un projet de co-investissement dans la production et de coopération en matière de distribution de films en salles et de commercialisation de droits à l'international.

TF1 s'associe le 29 mai avec Sony Pictures Home Entertainment pour créer un GIE de distribution de produits DVD et Blu-ray sur le marché français. Ce nouveau partenariat illustre la capacité de TF1 à développer des synergies avec de nouveaux partenaires.

TF1 Vision, en partenariat avec Sony Ericsson, lance le 15 juin la première plate-forme de Vidéo à la Demande locative pour le nouveau mobile W995.

ANTENNES INTERNATIONALES

Le 12 février 2009, TF1 SA finalise avec la société Audiovisuel Extérieur de la France (AEF) la cession des actions France 24 qu'elle détenait, qui représentent 50 % du capital et des droits de vote. Cette cession génère une plus-value nette d'environ 2 millions d'euros.

En janvier 2009, SPS, joint-venture entre Serendipity et Eurosport (50 / 50) obtient une « full e-gaming license » pour opérer au Royaume-Uni et lance le 1^{er} juin 2009 EurosportBET.com, un site de jeux et de paris en ligne avec pour vocation d'opérer à l'échelle européenne lors de l'ouverture de nouveaux marchés.

DEVELOPPEMENT DURABLE

Le 28 avril, TF1 et cinq partenaires lancent la campagne Ecoprod qui institue des principes fondateurs pour une production cinématographique et audiovisuelle respectueuse de l'environnement.

DIVERS

« On se retrouve sur TF1 » est le slogan de la nouvelle campagne de communication lancée par TF1 le 22 mai 2009. Elle s'inscrit dans la stratégie globale de TF1 de renforcer la relation de proximité avec ses publics.

Le 15 juin 2009, Nonce Paolini, Président directeur général du groupe TF1, a décidé d'appeler à ses côtés en tant que Directeur général du groupe TF1 Axel Duroux qui était jusqu'à présent Président du directoire du groupe RTL en France.

Boulogne, le 24 juillet 2009

Changement de méthode comptable

En 2009, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS applicables à compter du 1^{er} janvier 2009 indiquées au paragraphe 2.2.1 des notes annexes des comptes consolidés TF1 et qui sont sans incidence sur les comptes présentés.

Chiffre d'affaires

Le premier semestre de l'année 2009 s'est révélé particulièrement difficile pour l'ensemble des médias. A l'image de toutes les grandes chaînes européennes, TF1 a subi de plein fouet les effets de la crise économique. Au-delà de cet aspect conjoncturel, TF1 a également dû s'adapter à une spécificité française : la mutation du paysage audiovisuel à la suite de la réforme de l'audiovisuel public, qui s'est traduite par une augmentation de l'offre dans un contexte général de réduction de la demande.

Le premier semestre a donc été marqué par :

- une forte baisse des recettes publicitaires de la chaîne TF1 et des chaînes thématiques,
- un recul du chiffre d'affaires des activités de diversification dépendantes de la consommation des ménages, comme Téléshopping,
- des performances moins bonnes que l'an dernier pour le Pôle Droits Audiovisuels.

Au premier semestre 2009, le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 est en retrait de 16,5 % à 1 130,1 millions d'euros.

Les recettes publicitaires nettes de la chaîne TF1 sont en baisse de 23,0 % à 686,5 millions d'euros. Le chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble du groupe TF1 est en retrait de 21,8 % à 767,5 millions d'euros.

Cette baisse résulte d'un fort repli des investissements publicitaires sur les chaînes historiques ainsi que d'une importante pression sur les prix dans un environnement économique perturbé.

Dans ce contexte économique défavorable, le chiffre d'affaires des activités de diversification s'élève à 443,6 millions d'euros, en retrait de 3,9 %.

Au cours du premier semestre, on notera que certaines activités continuent de progresser.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques progresse de 1,4 % principalement grâce à la bonne performance de la chaîne TMC. Cette dernière, à l'instar de l'ensemble des chaînes de la TNT, a bénéficié, au premier semestre 2009, du report d'une partie des investissements publicitaires des annonceurs.

TF1 Entreprises voit son chiffre d'affaires progresser sur le segment des jeux, de la musique, et des licences.

e-TF1 progresse fortement, en chiffre d'affaires, de même qu'en nombre de visiteurs uniques. Les activités Internet s'inscrivent parfaitement dans la stratégie 360° de rebond entre les antennes, les filiales et le web et créent une valeur ajoutée pour l'ensemble du Groupe.

Plan d'optimisation

Le plan d'optimisation qui avait généré 14 millions d'euros d'économies au premier trimestre 2009 a été poursuivi et intensifié au deuxième trimestre.

Le coût de la grille de la chaîne TF1 s'élève à 455,3 millions d'euros au premier semestre 2009, contre 514,1 millions d'euros au premier semestre 2008, soit une diminution de 59 millions d'euros.

L'Euro 2008 avait pesé 54 millions d'euros l'année dernière. Hors événements sportifs, le coût de grille affiche une économie de 5 millions d'euros. Il est cependant important de noter que le coût de grille hors événements sportifs du premier semestre 2009 intègre une dizaine de millions d'euros correspondant aux programmes diffusés en juin 2009 pour remplacer les cases occupées par les matches de football de juin 2008.

Le fait que le coût de grille hors événements sportifs soit en économie, tout en intégrant les programmes de remplacement de l'Euro 2008, témoigne d'un réel travail de fond sur l'optimisation de la grille, qui passe par la renégociation des coûts unitaires des programmes, la limitation des engagements et une meilleure utilisation des stocks.

Ce travail d'optimisation de la grille au premier semestre a su être mené tout en conservant des niveaux d'audience très satisfaisants, démontrant ainsi la pertinence de la nouvelle logique de pilotage de la grille adoptée par TF1. La grille de TF1 a toujours pour objectif premier de satisfaire le téléspectateur, tout en tenant compte de l'équation audiences – coûts des programmes – recettes – saisonnalité. Sur certaines périodes de l'année, comme au mois de mai par exemple, de nouveaux programmes sont proposés, alternant avec des rediffusions ou des émissions composées de reportages, de meilleurs moments... ce qui permet de maîtriser le coût de grille. Dans cette optique, les audiences fluctuent davantage, mais sans remettre en cause le leadership de la chaîne.

Hors coût de grille, la renégociation de contrats fournisseurs, et notamment ceux relatifs aux frais généraux, a généré une économie de 11 millions d'euros sur le premier semestre 2009, soit 10 millions d'euros de plus qu'au premier semestre 2008. Surinvitation.com et France 24 ont été cédées, générant une diminution de charges de 4 millions d'euros et 4 millions d'euros de plus-value. Enfin, dans un contexte économique tendu, toutes les entités du Groupe ont mené un travail d'optimisation des structures et des coûts qui a généré 8 millions d'euros d'économies sur les six premiers mois de l'année 2009.

Au total, la réduction des coûts au premier semestre 2009 s'élève donc à 31 millions d'euros pour un objectif sur l'ensemble de l'année de 70 millions d'euros, auxquels viennent s'ajouter les 54 millions d'euros d'économies liées à l'Euro 2008.

Le résultat opérationnel du premier semestre 2009 s'établit à 37,5 millions d'euros en baisse de 133,9 millions d'euros. Il est impacté négativement par :

- la baisse des revenus publicitaires,
- une charge supplémentaire imposée par la nouvelle taxe relative au financement de l'audiovisuel public pour 10 millions d'euros,
- les charges de réorganisation à hauteur de 10 millions d'euros au premier semestre 2009, à comparer aux 21 millions d'euros du premier semestre 2008.

Le coût de l'endettement financier net passe de - 15,2 millions d'euros à - 9,8 millions d'euros soit une amélioration de 5,4 millions d'euros. Cette amélioration est principalement liée à la baisse des taux d'intérêt et à son impact sur la valorisation du portefeuille de dérivés de taux.

Les autres produits et charges financiers sont de 19,6 millions d'euros au 30 juin 2009 contre 13,9 millions d'euros un an plus tôt. Ce montant provient de l'actualisation de la valeur de l'option de vente des 9,9 % détenus par le groupe TF1 dans Canal+ France et d'une provision non récurrente comptabilisée en juin 2008.

La charge d'impôt s'élève à 5,6 millions d'euros, en amélioration de 45,2 millions d'euros du fait de la diminution du résultat fiscal.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence progresse de 5,7 à 7,4 millions d'euros, du fait de la bonne performance de Groupe AB.

Ainsi, le résultat net est en retrait de 75,9 millions d'euros à 49,1 millions d'euros.

Structure Financière

Au 30 juin 2009, les capitaux propres de TF1 sont de 1 327,8 millions d'euros pour un total bilan de 3 760,6 millions d'euros.

La baisse du flux d'exploitation a entraîné une détérioration de l'endettement financier net qui s'élève à 820,3 millions d'euros en augmentation de 115,8 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2008. Le *gearing* est de 61,8 %. L'endettement est en partie constitué de 500 millions d'euros liés à un emprunt obligataire à échéance novembre 2010 ; le solde est principalement composé de tirages sur des lignes de crédit confirmées. Les dettes ne sont pas soumises à des covenants financiers.

Au premier semestre 2009, deux nouvelles lignes de crédit supplémentaires ont été signées pour un montant de 120 millions d'euros. A fin juin 2009, le groupe TF1 dispose par conséquent d'un montant de 769 millions d'euros de lignes bilatérales confirmées non utilisées. Par ailleurs, TF1 dispose d'une option de vente de sa participation dans Canal+ France pour un montant minimum garanti de 746 millions d'euros.

Perspectives 2009

Dans l'environnement économique actuel, toujours caractérisé par une faible visibilité, il n'est pas possible de donner des objectifs annuels de chiffre d'affaires.

Le Groupe maintient une hypothèse de travail d'une baisse de son chiffre d'affaires consolidé de - 13 % pour l'ensemble de l'année 2009 et d'un plan d'économies de 70 millions d'euros, auxquels viendront s'ajouter les 54 millions correspondant à l'Euro 2008.

Le modèle économique de la chaîne évolue et s'adapte aux nouvelles conditions du marché. La rationalisation des filiales se poursuit. Le Groupe reste fortement mobilisé autour de cinq priorités :

- se renforcer sur le cœur de métier qu'est la télévision en élargissant l'offre de programmes via la TNT, en renforçant l'offre de chaînes thématiques et la création de contenus en interne,
- prendre des positions fortes sur les nouveaux médias afin d'exploiter pleinement la stratégie 360 entre les antennes, les filiales et le Web,
- relancer les activités des filiales en renforçant les synergies internes et en développant de nouveaux partenariats externes porteurs,
- conquérir de nouveaux territoires, notamment le marché des jeux et paris en ligne en Europe avec EurosportBET.com,
- confirmer le retour à la rentabilité, en alliant créativité et rigueur.

Le groupe TF1 réaffirme sa position de leader dans les domaines de l'information et du divertissement qui lui permet d'exploiter et de développer au mieux toutes les formes de contacts avec ses publics.

1. Antennes France

Le pôle Antennes France génère un chiffre d'affaires de 913,0 millions d'euros, en baisse de 18,8 %, pour un résultat opérationnel de 32,2 millions d'euros.

1.1. Antenne TF1

(Source : Médiamétrie Mediamat / tranche horaire access prime-time : 18h00-19h45 / prime-time : 20h45-22h30 / deuxième partie de soirée : 22h30-24h30)

A la fin du premier semestre 2009, 85 % des individus âgés de 4 ans et plus ont accès à une offre élargie de chaînes, soit + 14 points par rapport au premier semestre 2008.

Dans ce contexte, TF1 a su s'adapter en faisant preuve de pragmatisme et de créativité sur sa grille de programmes. Sur l'ensemble de la journée, TF1 affiche une part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus de 26,3 % (en recul de 5,0 % par rapport au premier semestre 2008). La part d'audience de TF1 sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats atteint 29,5 % (en recul de 5,0 % par rapport au premier semestre 2008).

Sur les six premiers mois de l'année, TF1 conserve son statut de chaîne du lien social et de l'événement, et surperforme sur les cases à forts potentiels d'audience.

- **L'information** est un programme incontournable pour les Français. En moyenne, le *Journal de 13h* et le *Journal de 20h* rassemblent respectivement 6,3 millions et 7,1 millions de téléspectateurs depuis le début du semestre, soit 46 % et 31 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus.
- **L'access prime time** continue son renouvellement avec l'installation au deuxième trimestre d'*Une Famille en or*, *Qui Veut Gagner des Millions*, puis *Secret Story*, affichant en moyenne sur cette tranche horaire stratégique 26 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus et 29 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats.

Secret Story illustre la stratégie 360 de TF1 : diffusée quotidiennement en *access prime time* et hebdomadairement en seconde partie de soirée, l'émission réalise une part d'audience moyenne sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats de 37 %, atteignant même 54 % sur les Individus âgés de 15 à 24 ans. Ce sont en moyenne plus de 800 000 fans qui se retrouvent ensuite sur le site *Secret Story* sur le nouveau *tf1.fr*, pour suivre ou revivre les épisodes clés de l'émission. 85 millions de vidéos ont été vues au cours du premier mois de diffusion de l'émission (données au 19 juillet 2009).

- En **prime time**, la chaîne rassemble 6,4 millions de téléspectateurs en moyenne sur le premier semestre, soit 27,1 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus, et 31,6 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats. 54 émissions ont fédéré plus de 8 millions de téléspectateurs, dans tous les genres de programmes : *Les Enfoirés font leur Cinéma* (12,3 millions de téléspectateurs), *Dr. House* (10,2 millions de téléspectateurs lors de l'épisode *Celle qui venait du Froid*), *Koh Lanta* (9,2 millions de téléspectateurs pour la finale), *Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre* (8,9 millions de téléspectateurs), *Joséphine, Ange Gardien* (8,1 millions de téléspectateurs pour l'épisode *Les Braves*) ou encore le match de football Argentine-France (8,4 millions de téléspectateurs).
- En **deuxième partie de soirée**, TF1 rassemble en moyenne 3,3 millions de téléspectateurs pour 30 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus. Sur cette tranche horaire, la chaîne se révèle particulièrement performante sur la cible des Femmes de moins de 50 ans responsable des achats, avec 37 % de part d'audience, notamment grâce au succès de nombreux magazines (*Appels d'Urgence*, *Pascal le Grand Frère*, *C'est quoi l'Amour...*) et de séries américaines de référence (*New-York Section Criminelle*, *Les Experts*, *Life*, *Fringe...*).

Avec 49 des 50 meilleures audiences depuis le début de l'année, TF1 continue de s'affirmer comme une chaîne généraliste, grand public, captivante et divertissante, ouverte à tous et à tous les genres.

TF1 demeure un média de masse en rassemblant en moyenne 34 millions de téléspectateurs par jour en audience cumulée et est capable d'offrir régulièrement aux annonceurs des écrans de plus de 10 millions de téléspectateurs.

Les six premiers mois de l'année ont été marqués par des changements structurels qui ont profondément bouleversé le paysage audiovisuel, avec notamment l'arrêt de la publicité entre 20 heures et 6 heures sur les chaînes du service public, l'augmentation de l'offre publicitaire télévisuelle et la montée en puissance des chaînes de la TNT.

1.2. Régie publicitaire

A fin juin 2009, les investissements publicitaires plurimédias sont en baisse de 3,2 %. Hors Internet, le marché des médias recule de 5,1 %.

Sur la période, les investissements bruts sur Internet (display) affichent, à fin juin 2009, une progression plus modérée qu'en 2008 (+ 7,8 % sur janvier-juin 2009 vs +28,8 % en 2008)

Hormis la radio qui semble confirmer son statut de média de crise (+ 2,8 % à fin juin 2009), les autres médias voient leurs recettes brutes reculer.

La presse reste le premier média investi en France, à fin juin 2009, avec des recettes brutes de 3,5 milliards d'euros, en baisse de 8,0 % (plus forte baisse en valeur) soit 309 millions d'euros.

La télévision (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite), deuxième média, avec des recettes brutes de 3,3 milliards d'euros à fin juin 2009, affiche un repli de 3,1 %, du fait de la baisse des investissements de la TV Nationale (- 12,2 %) expliquée, principalement, par l'arrêt de la publicité après 20h sur France Télévisions et la conjoncture économique qui pèse sur les investissements des annonceurs. Les investissements sur les chaînes de la TNT gratuite progressent de 63,3 % alors que le marché du CabSat est en léger retrait de 5,9 %.

Dans ce contexte, la chaîne TF1 voit ses recettes brutes diminuer au premier semestre 2009 de 11,6 % par rapport au premier semestre 2008. La part de marché publicitaire de TF1 sur l'univers TTV s'établit à 41,6 %³, en recul de 4,0 points sur un an.

Au cours du premier semestre 2009, les annonceurs ont globalement réduit leurs investissements publicitaires. De plus, ils ont également modifié l'allocation de leurs dépenses publicitaires privilégiant des offres moins chères, d'où le succès de la TNT et le recul sensible des chaînes historiques, dont TF1 :

- Le secteur de l'*Alimentation*, premier secteur annonceur sur TF1 (23,3 % des recettes publicitaires brutes) est en baisse de 10,1 %. Ce secteur est impacté par la crise économique. Dans une période de ralentissement de la consommation des ménages, la publicité se concentre sur les produits de première nécessité.
- Le secteur de la *Distribution* qui représente 5,9 % des recettes publicitaires de TF1 est en baisse de 17,5 %. Bien que la crise ait permis le renforcement de la communication de la grande distribution sur les prix et les promotions, les marques de distributeurs ont diminué leurs investissements.
- Le secteur *Entretien* est en hausse de 9,6 %. La télévision représente un vecteur efficace pour les grandes marques de ce secteur.
- Le secteur *Automobile* diminue ses investissements publicitaires à hauteur de 8,7 % (10,2 % des recettes brutes TF1), sur le semestre après avoir investi au premier trimestre afin d'écouler ses stocks.
- Le secteur des *Etablissements Financiers* investit légèrement (+ 0,5 %) et participe à hauteur de 7,7 % des recettes publicitaires TF1, traduisant sa volonté de prendre la parole en période de crise.

Au cours du premier semestre 2009, le chiffre d'affaires publicitaire net de TF1 est en baisse de 23,0 %.

Au premier trimestre, l'arrêt partiel de la publicité sur France Télévisions et les changements réglementaires intervenus fin 2008, avaient créé un effet d'attente et de confusion auprès des annonceurs et aucune opportunité pour TF1. De surcroît, la conjoncture économique difficile avait incité les annonceurs à rechercher une exposition, même moindre mais moins chère entraînant une réduction des volumes de publicité pour TF1.

Dans un tel contexte de réduction de la demande et d'augmentation de l'offre, et afin d'accompagner les annonceurs dans un environnement économique morose, la baisse des tarifs, envisagée par TF1 en début d'année, pour les réajuster aux audiences écrans, a dû être amplifiée.

³ TNS Media Intelligence

TF1 a développé une stratégie de segmentation différenciée selon les plages horaires :

- sur le *daytime*, sur lequel la concurrence est forte, la différenciation plus faible, avec des enjeux d'audience et de recettes moindres, TF1 a baissé ses tarifs,
- sur le *prime-time*, TF1 a maintenu la valeur de ses écrans, refusant de les brader.

Sur le deuxième trimestre, les volumes publicitaires sur TF1 ont été plus importants, témoignant ainsi d'une certaine élasticité aux baisses de prix consenties au premier trimestre.

La pression sur les prix a cependant été plus intense au deuxième trimestre pour plusieurs raisons :

- sur certaines parties de journée, les arbitrages médias ont continué de s'opérer sur des critères de rentabilité à court terme. Les annonceurs ont préféré des logiques tactiques court-termistes à de véritables stratégies d'investissement sur le long terme,
- l'effet de base défavorable avec des coûts GRP élevés au deuxième trimestre 2008.

Dans un contexte conjoncturel difficile et dans un environnement structurellement modifié, les équipes commerciales de TF1 restent mobilisées pour atteindre leurs objectifs de chiffre d'affaires publicitaire. Elles continuent d'appliquer la stratégie consistant à préserver la valeur des cases à fort potentiel de revenus, en démontrant l'efficacité d'une campagne sur TF1 pour le développement des ventes à court terme, et pour la construction de la notoriété et de l'image de marque à plus long terme.

1.3. Les chaînes thématiques France

(Source : Médiamétrie)

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques TF1 s'élève à 97,5 millions d'euros sur le premier semestre 2009, en légère croissance de 1,4 % par rapport au premier semestre 2008.

Malgré un contexte économique difficile, les recettes publicitaires des chaînes thématiques sont en progression de 1,3 % à 42,0 millions, du fait de la croissance des revenus publicitaires de TMC sur la période. TMC, à l'instar de l'ensemble des chaînes de la TNT, a bénéficié, au premier semestre 2009, du report d'une partie des investissements publicitaires des annonceurs.

Les recettes liées à l'abonnement sont également en progression de 1,5 % grâce aux renégociations des forfaits annuels des chaînes avec les câbles-opérateurs, sur la base des services complémentaires tels que la haute définition.

Le résultat opérationnel des chaînes thématiques au premier semestre est positif à + 8,5 millions d'euros contre 4,2 millions d'euros au premier semestre 2008. La réduction des frais de fonctionnement ainsi que la gestion rigoureuse des coûts de programmes ont permis d'accroître la rentabilité de ces activités.

TMC

TMC, avec une programmation généraliste et familiale, un nouveau logo et un nouvel habillage affirme plus que jamais sa position de leader de la TNT avec 2,4 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus sur le premier semestre 2009 et 2,6 % de part d'audience sur le mois de juin 2009.

La chaîne confirme ainsi sa position de septième chaîne nationale qu'elle occupe depuis février 2008. La chaîne a proposé des écrans supérieurs à 1 million de téléspectateurs 13 fois sur le semestre et a enregistré sa meilleure audience (1,3 million de téléspectateurs pour la série *New York Police Judiciaire*).

Afin de poursuivre son développement, TMC renforce sa grille et poursuit son travail de communication autour de sa marque, de ses valeurs et de ses programmes.

Eurosport France

Au premier semestre, Eurosport France est touchée à la fois par le recul du marché publicitaire et par l'absence d'événements forts prisés par les annonceurs (Coupe d'Afrique des Nations, Euro 2008).

Toutefois, la chaîne poursuit son développement et multiplie les initiatives. Diffusée auprès de 7,3 millions d'abonnés payants et reconnue comme la chaîne de sport de référence, Eurosport France célèbre en 2009 ses 20 ans d'existence.

En mai - juin 2009, Eurosport est la première chaîne payante en France en termes d'audience avec plus de 37 000 téléspectateurs au quart d'heure moyen⁴.

Eurosport HD a rencontré un vif succès au premier semestre 2009, témoignant de l'appétence des téléspectateurs pour le sport en haute définition et de la maîtrise des dernières avancées technologiques par Eurosport France. Un service de *catch-up TV* a également été lancé au premier semestre, en partenariat avec Canalsatellite.

TV Breizh

Au premier semestre 2009, TV Breizh a démontré une bonne résistance en matière d'audiences. Les revenus tirés de l'abonnement sont stables et ne compensent donc pas la légère baisse de chiffre d'affaires publicitaire due à un contexte économique difficile et à la concurrence des chaînes de la TNT.

Pôle Découverte

Le Pôle Découverte, composé des chaînes Ushuaïa TV, Odyssée, Histoire propose une offre ciblée de qualité. Histoire continue de valoriser sa marque, Ushuaïa TV renforce sa grille pour diffuser des émissions fortes autour du développement durable et Odyssée affine sa ligne éditoriale autour de magazines sur le bien-être et la décoration.

Le lancement, en avril dernier, pour ces trois chaînes, d'un service de *catch-up TV* sur CanalSatellite a permis d'accroître leur notoriété.

1.4. Autres sociétés

Dans un contexte de repli de l'activité économique française, **Téléshopping** a généré un chiffre d'affaires en baisse de 21,6 % par rapport au premier semestre 2008, pour une contribution au chiffre d'affaires de 55,8 millions d'euros.

L'enseigne Téléshopping a subi le ralentissement de la consommation avec pour conséquence une baisse des commandes clients sur tous ses supports (émissions, catalogue et internet).

L'effort de rationalisation des coûts qui se poursuivra tout au long de l'année permet à Téléshopping d'enregistrer un résultat opérationnel de 2,3 millions d'euros (intégrant la plus-value de cession de Surinvitation.com), en recul de 1,8 million d'euros.

TF1 Entreprises enregistre une hausse de 13,2 % de son chiffre d'affaires à 13,7 millions d'euros pour un résultat opérationnel sur le premier semestre 2009 à - 1,8 million d'euros contre - 1,9 million d'euros au premier semestre 2008.

Malgré un bon semestre tiré notamment par les succès des nouvelles licences (Hello Kitty, Barbapapa, Dragon ball), de bonnes performances des jeux TV (*La Roue de la Fortune*) et des ventes dynamiques pour Dujardin (le *1000 Bornes Cars* ayant d'ailleurs reçu le trophée Disney), TF1 Entreprises reste pénalisée, sur son activité Publishing, par le retrait de certaines marques phares de l'Antenne (comme la *Star Academy*) et par la conjoncture.

Dans un marché du disque en berne, TF1 Musique enregistre de beaux succès avec la vente des albums de Seal à 930 000 exemplaires.

Le pôle Production réalise un chiffre d'affaires de 10,5 millions d'euros en baisse de 8,2 millions d'euros pour un résultat opérationnel bénéficiaire de 4,1 millions d'euros, en diminution de 0,4 million d'euros.

Le spectacle de la Star Academy et la tournée Blue Man Group non reconduits cette année ainsi que la baisse de formats courts dépendants du marché publicitaire expliquent en partie cette réduction de chiffre d'affaires. Le résultat opérationnel a été fortement soutenu par les efforts de maîtrise des coûts de production et l'industrialisation des processus.

Le chiffre d'affaires de **e-TF1**⁵ progresse de 35,2 % à 36,9 millions d'euros. La progression du chiffre d'affaires s'explique principalement par une interactivité soutenue malgré un marché publicitaire sur Internet fortement dégradé. L'activité présente un résultat opérationnel déficitaire de 3,5 millions

⁴ Source : Médiamétrie médiaplanning du 04/05/2009 au 28/06/2009 sur les 4 ans et plus

⁵ Source : Panel NNR Médiamétrie Mai 2009, tous lieux de connexion, application Internet exclues

d'euros, en repli de 1,7 million d'euros, en raison des charges liées à des développements passés comme le nouveau site tf1.fr., ou à venir comme le projet de Connect-TV.

Au cours du premier semestre, TF1 confirme sa sixième place de l'Internet en France, et touche près d'un internaute sur deux (46 %). Le réseau de sites de TF1 atteint 16,5 millions de visiteurs uniques. TF1 confirme ainsi sa place de leader des groupes médias sur le web. Cette performance se justifie grâce au nouveau tf1.fr, qui, depuis sa mise en ligne, attire plus de 6 millions de visiteurs uniques.

Il fait la part belle aux vidéos et propose aux internautes de nombreux programmes en télévision de rattrapage ainsi qu'une multitude de vidéos courtes (extraits forts, best of, exclus web, interviews...). Par exemple, *Pascal le Grand Frère* qui a réuni le 19 mai 2009 plus de 2 millions de téléspectateurs sur TF1, a été visionné près de 500 000 fois sur tf1.fr les jours suivant la diffusion.

Le communautaire témoigne également de sa bonne santé avec Overblog qui touche 8,8 millions de visiteurs uniques, ainsi que WAT qui confirme sa troisième place du marché de la vidéo online avec 3,4 millions d'internautes.

Dans l'univers féminin, Plurielles réunit plus de 2,8 millions d'adeptes. Il est le site le plus dynamique des sites féminins avec 11 % de croissance en mai 2009.

2. Droits Audiovisuels

Le secteur Droits Audiovisuels génère un chiffre d'affaires de 68,9 millions d'euros au premier semestre 2009, en baisse de 8,8 millions d'euros et une perte opérationnelle de 15,2 millions d'euros contre un gain de 1,8 million d'euros au premier semestre 2008.

Les activités **Catalogue** et Exploitation en salles voient leur chiffre d'affaires reculer de 2,4 millions d'euros à 25,8 millions d'euros. Seulement 8 films ont été exploités en salles au premier semestre 2009 contre 14 en 2008. Cet effet de base est, par ailleurs, amplifié pour TF1 International par les entrées moins nombreuses que prévu pour les films du premier semestre (*Walkyrie*, *Bellamy*, *Le Premier Cercle*). Toutefois, *Dans la Brume Electrique*, fait exception avec plus de 855 000 entrées.

Les provisions pour pertes à terminaison constatées au premier trimestre pour 10 millions d'euros à la suite des moindres performances des films exploités en salles, ajoutées aux provisions passées au deuxième trimestre pour 1 million d'euros ont sévèrement pesé sur la rentabilité de TF1 International. La perte opérationnelle des activités Catalogue et Films frais s'élève à 9,8 millions d'euros contre 1,1 million d'euros au premier semestre 2008.

Au premier semestre, le chiffre d'affaire de l'activité **Vidéo** s'établit à 43,1 millions d'euros, en recul de 12,9 %. Malgré un maintien des volumes physiques, le chiffre d'affaires est fortement impacté par un double effet prix : la baisse du prix du DVD sur l'ensemble du marché et l'opération "20 ans" de TF1 Vidéo.

Le résultat opérationnel s'établit à - 5,4 millions d'euros contre + 2,9 millions d'euros au premier semestre 2008. La baisse du résultat opérationnel liée à l'activité est de 2 millions d'euros, le solde étant dû à une reprise de provision exceptionnelle, comptabilisée au premier semestre 2008.

3. Antennes Internationales

Eurosport International

Présente dans 59 pays au travers de 20 versions linguistiques, la chaîne Eurosport est reçue par 116,8 millions de foyers en Europe, dont 75,2 millions d'abonnés payants et est reconnue comme la plateforme multimédia de sport de référence.

La chaîne Eurosport HD, lancée en mai 2008 connaît un succès important et totalise au 30 juin 2009 plus de 2,7 millions d'abonnés. La rapidité du déploiement technique et du lancement commercial de l'offre HD illustre le savoir-faire, la capacité d'innovation et la réactivité du groupe Eurosport.

Depuis le lancement d'Eurosport.pl en début d'année, Eurosport compte 9 déclinaisons locales de son site internet. Ces sites confirment leurs bonnes performances avec une moyenne journalière de 1,5 million de visiteurs cookies à fin juin 2009, soit une augmentation de 22 % par rapport à fin juin 2008⁶.

⁶ Source NedStat

Depuis le 8 juin 2009, Eurosport, en partenariat avec la plate-forme portugaise Meo, offre la possibilité à ses abonnés de voir ou revoir des programmes déjà diffusés sur la chaîne. Ce service devrait être progressivement étendu à d'autres opérateurs dans différents pays au cours de l'année 2009.

Dans un contexte économique mondial fortement déprimé, affectant plus particulièrement le marché britannique, et en l'absence d'événements forts prisés par les annonceurs, le chiffre d'affaires publicitaire au 30 juin 2009 recule de - 26,9 % sur un an.

Le chiffre d'affaires total d'Eurosport International résiste tout de même grâce :

- à la progression du chiffre d'affaires généré par l'organisation d'événements,
- à une progression des abonnements, due au succès de l'offre HD auprès des distributeurs et à l'augmentation du nombre d'abonnés payants en Europe de l'Est et dans certains pays du bassin méditerranéen.

Il s'établit donc à 147,3 millions d'euros, en baisse de 2,0 % par rapport à l'année précédente.

Les efforts menés sur le coût de grille, l'optimisation des droits, ainsi que la réduction des frais généraux et de structure ont permis de diminuer l'impact de la baisse des revenus et d'accroître la rentabilité.

Le résultat opérationnel du premier semestre 2009 s'établit à 21,4 millions d'euros, soit + 3,1 millions d'euros sur un an.

SPS

SPS, société détenue à parts égales par Eurosport et Serendipity, a investi le marché des jeux et paris sportifs en ligne au premier semestre 2009.

SPS a lancé le 1^{er} juin 2009 sa première plate-forme d'exploitation commerciale au Royaume-Uni, après l'obtention d'une "Full e-gaming license" sur le territoire britannique attribuée par l'Alderney Gambling Control Commission le 28 janvier 2009.

Au 30 juin 2009, après un mois d'exploitation, le chiffre d'affaires de cette activité est non significatif. La quote-part pour TF1 des dépenses de SPS s'élève à 1,1 million d'euros et correspond à la masse salariale de l'entreprise et aux coûts de développement de la plateforme technique, ainsi qu'aux amortissements qui s'y rapportent.

Les prochaines étapes de son développement seront marquées par le lancement d'une offre de poker en ligne au Royaume-Uni au second semestre et par les demandes d'attribution des licences de jeux en ligne pour les marchés italiens avant fin 2009 et français, courant 2010.

4. Divers

Le journal d'annonces gratuites Pilipili voit son chiffre d'affaires progresser de 0,3 million d'euros à 0,9 million d'euros au premier semestre 2009. Le lancement de Pilipili à Paris début avril 2009 a occasionné des charges supplémentaires entraînant un résultat opérationnel déficitaire de 1,8 million d'euros pour la quote-part de TF1.

5. Evènements survenus depuis la clôture

Le 1^{er} juillet, TF1 et UGC ont signé un accord afin de mutualiser les compétences des deux groupes dans le domaine de l'acquisition de droits cinématographiques, la distribution de films en salle et la vente de droits audiovisuels à l'étranger. Cet accord sera soumis à l'examen des autorités compétentes.

6. Facteurs de risques et litiges

A la connaissance de la société et du Groupe, aucun nouveau facteur de risque ou nouveau litige pris individuellement ou dans leur globalité pouvant avoir une incidence sensible sur l'activité, les résultats, la situation financière et le patrimoine de la société et du Groupe n'a été recensé depuis la publication du document de référence de TF1, le 26 mars 2009.

Pour rappel, TF1 a reçu le 12 janvier 2009 une notification de griefs auprès du Conseil de la Concurrence, relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la télévision payante.

Un grief a notamment été retenu contre Vivendi SA, Groupe Canal Plus, TF1 SA et Métropole Télévision SA, pour entente depuis le 30 août 2006 au travers de l'accord CERES et des accords de distribution pris en application de ce dernier.

TF1 a déposé le 8 avril dernier un mémoire en réponse à cette notification, contestant le grief d'entente. Le rapporteur doit à présent répondre à ce mémoire, avant que le Conseil de la Concurrence ne se prononce.

Par ailleurs, l'exclusivité de distribution des chaînes Eurosport, Eurosport 2, LCI, TV Breizh, Ushuaïa TV, Histoire, TF6, Série Club par les plateformes de Groupe Canal Plus arrive à échéance le 31 décembre 2009 (avec une option de renouvellement de 2 ans supplémentaires aux mêmes conditions et à la demande des chaînes).

Dans ce cadre, le groupe TF1 a lancé le 5 juin 2009 une consultation du marché pour vérifier si la distribution des chaînes en modèle non exclusif est susceptible d'être envisageable avant de décider de reconduire ou non en connaissance de cause les exclusivités accordées à CanalSat.

Cette consultation est faite sur une base non exclusive.

Il convient également de noter que l'opération, par laquelle TF1 doit acquérir le contrôle exclusif des chaînes TMC et NT1 est soumise à l'accord préalable :

- de l'Autorité de la concurrence au titre du contrôle des concentrations ;
- de l'Etat français et de l'Etat monégasque au titre de l'accord franco-monégasque régissant le statut de TMC ;
- du CSA au titre de la modification substantielle des données au vu desquelles les autorisations hertziennes de TMC et NT1 ont été délivrées (art. 42-3 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée).

La réalisation de l'opération ne pourra être réalisée qu'une fois que les différentes autorités se seront prononcées dans la compétence qui est la leur.

Pour rappel, le 3 juin 2009, la Cour de Cassation a rendu sa décision sur le litige relatif à l'émission de télé-réalité « L'île de la Tentation ». Les contrats de participants sont requalifiés en contrat de travail. En revanche, la Cour de Cassation a rejeté la demande des participants quant au statut d'acteurs-interprètes et n'a pas retenu la notion de travail dissimulé

7. Gouvernance

Les évolutions dans la composition du Conseil d'Administration et des comités du Conseil depuis la publication du document de référence de TF1 déposé le 26 mars 2009 auprès de l'AMF sous le numéro D. 09-159 sont les suivantes :

- Changement de représentant permanent d'un Administrateur

La Société Française de Participation et de Gestion, SFPG, Administrateur de TF1, a désigné, le 9 avril 2009, Olivier Roussat, directeur général de Bouygues Telecom, représentant permanent aux lieu et place de Philippe Montagner.

- Composition du Comité des Rémunérations

Il est, depuis le 17 avril 2009, composé de Patricia Barbizet, Présidente, et de Philippe Marien, membre.

8. Parties liées

Il n'y a pas eu d'évolutions significatives concernant les parties liées depuis la publication du document de référence de TF1 déposé le 26 mars 2009 auprès de l'AMF (D. 09-159).

9. Point social

Au premier semestre 2009, les effectifs du groupe TF1 sont en baisse. Ils atteignent 3 691 personnes au 30 juin 2009 contre 3 731 au 31 décembre 2008.

10. Titre et actionariat

Au 30 juin 2009, l'action TF1 clôture à 8,0 euros soit une baisse de 23 % depuis le début de l'année à comparer avec une baisse de 2 % pour l'indice CAC 40, une hausse de 6 % pour l'indice CAC Next 20 et une baisse de 2 % pour l'indice SBF 120.

La valorisation boursière du groupe TF1 est au 30 juin 2009 de 1,7 milliard d'euros.

	Situation au 30 juin 2009			Situation au 31 décembre 2008			Situation au 30 juin 2008		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 806 565	43,0%	43,0%	91 806 565	43,0%	43,0%	91 806 565	43,0%	43,0%
Autres France ^{(1) (2)}	56 290 571	26,4%	26,4%	53 938 394	25,3%	25,3%	54 437 649	25,5%	25,5%
<i>dont salariés</i>	11 263 445	5,3%	5,3%	9 174 435	4,3%	4,3%	8 786 875	4,1%	4,1%
Autodétention	14 625	0,0%	0,0%	14 625	0,0%	0,0%	14 625	0,0%	0,0%
Europe (hors France) ⁽²⁾	24 724 466	11,6%	11,6%	30 767 327	14,4%	14,4%	23 407 815	11,0%	11,0%
Autres ⁽²⁾	40 574 265	19,0%	19,0%	36 883 581	17,3%	17,3%	43 743 838	20,5%	20,5%
Total	213 410 492	100,0%	100,0%	213 410 492	100,0%	100,0%	213 410 492	100,0%	100,0%

⁽¹⁾ Incluant les porteurs non identifiés

⁽²⁾ Estimations relevé Euroclear

Présentation analytique du compte de résultat consolidé

en millions d'euros	S1 2009	S1 2008 Retraité	S1 2008 Publié	2008 12 mois
Antenne TF1				
Recettes de publicité	686,5	891,2	891,2	1 647,3
Coût de la régie	(35,0)	(42,5)	(42,5)	(79,0)
RECETTES NETTES DIFFUSEUR	651,5	848,7	848,7	1 568,3
Prélèvements obligatoires				
- Auteurs	(26,5)	(34,7)	(34,7)	(63,6)
- CNC	(36,9)	(46,7)	(46,7)	(87,3)
- Taxe sur la publicité diffusée	(10,4)	-	-	-
Coûts de diffusion				
- TDF, Satellites, Circuits	(24,7)	(27,2)	(27,2)	(54,0)
Coût de la grille (hors Euro 2008)	(455,3)	(459,7)	(459,7)	(978,2)
Coût de l'Euro 2008		(54,4)	(54,4)	(53,9)
MARGE BRUTE GRILLE	97,7	226,0	226,0	331,3
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	442,3	462,2	472,9	946,0
Autres charges opérationnelles	(450,2)	(447,6)	(458,3)	(953,7)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(52,3)	(69,2)	(69,2)	(147,1)
RESULTAT OPERATIONNEL	37,5	171,4	171,4	176,5
Coût de l'endettement financier net	(9,8)	(15,2)	(15,2)	(22,4)
Autres produits et charges financiers	19,6	13,9	13,9	40,9
Charge d'impôts	(5,6)	(50,8)	(50,8)	(40,8)
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	7,4	5,7	5,7	9,6
RESULTAT NET DES ACTIVITES POURSUIVIES	49,1	125,0	125,0	163,8
Résultat net d'impôt des activités abandonnées	-	-	-	-
RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE	49,1	125,0	125,0	163,8
Part des minoritaires	-	-	-	-
RESULTAT NET CONSOLIDE PART DU GROUPE	49,1	125,0	125,0	163,8

Présentation des comptes consolidés

BILAN CONSOLIDE

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2009.06	2008.12	2008.06
Goodwill		507,3	506,1	510,0
Immobilisations incorporelles		151,0	168,0	240,3
Droits audiovisuels		114,1	132,8	209,7
Autres immobilisations incorporelles		36,9	35,2	30,6
Immobilisations corporelles		189,7	178,0	169,6
Participations dans les entreprises associées	5	266,7	259,3	255,3
Actifs financiers non courants	6	28,4	741,0	710,7
Actifs d'impôt non courants		17,3	17,2	19,7
Total actifs non courants		1 160,4	1 869,6	1 905,6
Stocks et en-cours		595,4	558,4	530,0
Programmes et droits de diffusion		579,5	542,0	507,3
Autres stocks		15,9	16,4	22,7
Clients et autres débiteurs		1 241,0	1 226,8	1 301,8
Actifs d'impôt courants		6,5	46,8	6,2
Autres actifs financiers courants	6	745,1	14,0	5,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7	12,2	9,8	71,5
Total actifs courants		2 600,2	1 855,8	1 914,7
Actifs en cours de cession		-	14,8	-
TOTAL ACTIF		3 760,6	3 740,2	3 820,3

BILAN CONSOLIDE - SUITE

PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2009.06	2008.12	2008.06
Capital		42,7	42,7	42,7
Primes et réserves		1 236,0	1 170,4	1 169,7
Résultat consolidé de l'exercice		49,1	163,8	125,0
Total capitaux propres part du groupe		1 327,8	1 376,9	1 337,4
Intérêts minoritaires		-		-
Total capitaux propres		1 327,8	1 376,9	1 337,4
Emprunts long terme	7	800,9	695,5	732,2
Provisions non courantes		57,9	57,2	33,6
Passifs d'impôt non courants		2,9	2,9	3,0
Total passifs non courants		861,7	755,6	768,8
Dettes financières à court terme	7	37,7	22,9	47,1
Fournisseurs et autres créditeurs		1 472,9	1 514,9	1 591,3
Provisions courantes		45,9	43,5	64,2
Passifs d'impôt courants		-	1,2	0,6
Autres passifs financiers courants		14,6	10,2	10,9
Total passifs courants		1 571,1	1 592,7	1 714,1
Passifs liés aux actifs en cours de cession		-	15,0	-
TOTAL PASSIF		3 760,6	3 740,2	3 820,3
Endettement financier net (activités poursuivies)		820,3	704,5	705,8
Actifs et passifs en cours de cession		-	-	-
Endettement financier net total		820,3	704,5	705,8

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2009	1er semestre 2008	2ème trimestre 2009	2ème trimestre 2008	Exercice 2008
Recettes de publicité		767,5	981,8	411,8	507,2	1 833,6
- Antenne TF1		686,5	891,2	365,5	451,1	1 647,3
- autres supports		81,0	90,6	46,3	56,1	186,3
Recettes de la diversification hors publicité		362,6	371,0	180,4	192,2	761,1
Chiffre d'affaires		1 130,1	1 352,8	592,2	699,4	2 594,7
Autres produits de l'activité		-	0,1	-	0,1	0,2
Consommation de production externe		(291,5)	(293,9)	(138,7)	(130,3)	(641,2)
Autres achats consommés et variation de stocks		(227,8)	(277,7)	(116,6)	(171,5)	(524,6)
Charges de personnel	8	(206,4)	(221,9)	(104,3)	(111,0)	(445,3)
Charges externes		(237,4)	(247,2)	(109,1)	(130,4)	(527,4)
Impôts et taxes		(70,2)	(72,6)	(36,0)	(36,4)	(138,4)
Dotations nettes aux amortissements		(44,8)	(47,9)	(20,0)	(27,0)	(94,5)
Dotations nettes aux provisions		(7,5)	(21,3)	(8,8)	(15,4)	(52,6)
Autres produits et charges opérationnels		(7,0)	1,0	(9,4)	(4,9)	5,6
Résultat opérationnel courant		37,5	171,4	49,3	72,6	176,5
Autres produits et charges opérationnels non courants		-	-	-	-	-
Résultat opérationnel		37,5	171,4	49,3	72,6	176,5
Produits sur endettement financier		7,3	5,4	2,1	0,3	13,4
Charges sur endettement financier		(17,1)	(20,6)	(8,5)	(11,1)	(35,8)
Coût de l'endettement financier net	9	(9,8)	(15,2)	(6,4)	(10,8)	(22,4)
Autres produits et charges financiers		19,6	13,9	10,4	11,2	40,9
Impôt		(5,6)	(50,8)	(13,6)	(22,2)	(40,8)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	5	7,4	5,7	3,0	3,8	9,6
Résultat net des activités poursuivies		49,1	125,0	42,7	54,6	163,8
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-	-	-	-
Résultat net		49,1	125,0	42,7	54,6	163,8
<i>attribuable au Groupe</i>		<i>49,1</i>	<i>125,0</i>	<i>42,7</i>	<i>54,6</i>	<i>163,8</i>
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>		-	-	-	-	-
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		213 396	213 403	213 396	213 403	213 400
Résultat net par action (en euros)		0,23	0,59	0,20	0,26	0,77
Résultat net dilué par action (en euros)		0,23	0,59	0,20	0,26	0,77

ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES

(en millions d'euros)	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2008	Exercice 2008
Résultat net consolidé	49,1	125,0	163,8
Ajustements à la juste valeur instruments financiers et autres actifs financiers *	1,2	(0,4)	1,0
Variation des écarts de conversion	0,3	(0,1)	(0,6)
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	-	0,3
Impôt relatif aux éléments directement crédités ou débités dans les capitaux propres	-	-	(0,9)
Quote-part des produits et charges des entités associées comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Autres variations nettes	-	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	1,5	(0,5)	(0,2)
Total des produits et charges comptabilisés	50,6	124,5	163,6
<i>attribuable au Groupe</i>	50,6	124,5	163,6
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>	-	-	-

* Dont ajustements de reclassement inclus dans le résultat net : couverture de flux de trésorerie pour 0,4M€

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2008	42,7	2,8	(0,4)	1 336,8	(5,0)	1 376,9	-	1 376,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(100,3)	-	(100,3)	-	(100,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	49,1	-	49,1	-	49,1
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	1,5	1,5	-	1,5
SOLDE AU 30 JUIN 2009	42,7	2,8	(0,4)	1 286,2	(3,5)	1 327,8	-	1 327,8

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2007	42,7	2,8	(4,7)	1 358,0	(4,8)	1 394,0	-	1 394,0
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions	-	-	4,3	(4,0)	-	0,3	-	0,3
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(181,4)	-	(181,4)	-	(181,4)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	125,0	-	125,0	-	125,0
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(0,5)	(0,5)	-	(0,5)
SOLDE AU 30 JUIN 2008	42,7	2,8	(0,4)	1 297,6	(5,3)	1 337,4	-	1 337,4

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES

(en millions d'euros)	Notes	1 ^{er} semestre 2009	1 ^{er} semestre 2008	Exercice 2008
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)		49,1	125,0	163,8
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		53,8	54,5	110,0
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		40,2	38,7	76,7
<i>Immobilisations corporelles</i>		12,8	11,2	24,4
<i>Immobilisations financières</i>		(0,1)	5,5	5,7
<i>Provisions non courantes</i>		0,9	(0,9)	3,2
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(6,4)	(9,3)	(18,7)
Variations de juste valeur		(18,2)	(18,6)	(43,7)
Paiements fondés sur des actions		0,6	0,3	0,7
Résultat de cessions d'actifs		(1,9)	(0,2)	1,3
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes		(7,4)	(0,7)	(4,7)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		-	-	(2,0)
Sous-total		69,6	151,0	206,7
Coût de l'endettement financier net		9,8	15,2	22,4
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		5,6	50,8	40,8
Capacité d'autofinancement		85,0	217,0	269,9
Impôts versés (-) / remboursés (+)		38,5	(41,3)	(68,0)
Variation du BFR lié à l'activité		(81,1)	(17,5)	5,8
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		42,4	158,2	207,7
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(60,6)	(64,1)	(87,7)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		2,9	2,3	1,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		0,9	(0,3)	(4,6)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		1,3	0,5	0,3
Incidence des variations de périmètre		(3,3)	(1,6)	(3,4)
Dividendes reçus		-	-	2,0
Variation des prêts et avances consentis		7,6	(1,9)	(12,3)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(51,2)	(65,1)	(104,4)
Sommes reçues lors de l'exercice de stocks-options		-	-	-
Rachats et reventes d'actions propres		-	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	11	(100,3)	(181,4)	(181,4)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		105,2	109,7	197,0
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(0,6)	(5,7)	(126,0)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		(2,4)	(5,7)	(27,0)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		1,9	(83,1)	(137,4)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		(6,9)	10,0	(34,1)
Trésorerie au début de l'exercice		(4,2)	29,9	29,9
Variation de la trésorerie		(6,9)	10,0	(34,1)
Trésorerie à la clôture de l'exercice	10	(11,1)	39,9	(4,2)

NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES

1. Faits marquants

1.1. Signature d'un accord entre TF1 et Groupe AB

Le 11 juin 2009, le groupe TF1 et le Groupe AB ont signé un accord visant au rachat par TF1 de 100 % de NT1 et 40 % de TMC détenus par Groupe AB. Cette transaction serait réalisée pour un montant de 192 millions d'euros en numéraire.

TF1 conserverait une participation dans les autres activités de Groupe AB identique à celle qu'elle détient aujourd'hui soit 33,5 %. L'équipe dirigeante actuelle de Groupe AB se verrait consentir une option d'achat lui permettant d'acquérir cette participation minoritaire de TF1 dans un délai de 2 ans pour un montant de 155 millions d'euros.

Cette opération sera soumise à l'examen des autorités compétentes.

1.2. Association de TF1 Vidéo et de Sony Pictures Home Entertainment

Le 29 mai 2009, TF1 Vidéo et Sony Pictures Home Entertainment ont annoncé la création d'un groupement d'intérêt économique pour la distribution de produits vidéo sur le marché français. Le GIE a pour objet, par la mise en commun de moyens, d'assurer la vente commerciale des DVD et Blu Ray du catalogue TF1 vidéo d'une part et du catalogue SPHE d'autre part. L'activité du GIE démarrera au cours du troisième trimestre 2009.

1.3. Cessions réalisées sur le premier semestre 2009

Les participations détenues dans France 24 et Shopping à la Une ont été cédées durant le premier trimestre 2009 (cf variations de périmètre §3-1 et §3-2).

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 2009 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales tel 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 2008 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2008 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 26 mars 2009 sous le numéro D.09-159.

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 sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été examinés par le Conseil d'Administration du 24 juillet 2009 et ont fait l'objet d'une revue limitée 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^{er} janvier 2009

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 juin 2009, le Groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2008, ainsi que les nouvelles normes applicables au 1^{er} janvier 2009 telles que définies dans le tableau ci-dessous.

Pour la clôture du 30 juin 2009, le Groupe TF1 a décidé de ne pas appliquer les normes publiées par l'IASB, approuvées par l'Union Européenne et applicables par anticipation dès le 1^{er} janvier 2009.

Norme		Date d'application			Incidences
		UE ⁽¹⁾		Groupe	
IAS 1 révisée	Présentation des états financiers	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 23 révisée	Coûts d'emprunts	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 27 révisée	États financiers consolidés et individuels	1 ^{er} juillet 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 27 et IFRS 1 Amendement	Coût d'une participation dans une filiale, une JV ou entreprise associées	23 janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 32 / IAS 1 Amendement	Instruments financiers remboursables par anticipation à la juste valeur et obligations liées à la liquidation	21 janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRS 2 Amendement	Paiement fondé sur des actions – Conditions d'acquisition et annulation	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRS 3 révisée	Regroupements d'entreprises	1 ^{er} juillet 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes en l'absence d'opération de regroupement.
IFRS 8	Secteurs opérationnels	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 11	Actions propres et transactions intra-groupe	1 ^{er} mars 2008		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 12	Concessions	25 mars 2009		1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 13	Programme de fidélisation des clients	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 14	IAS 19 – Limitation de l'actif au titre de prestations définies,	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 16	Couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger	4 juin 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (sauf IFRS 5 et IFRS 1)		23 janvier 2009		1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (uniquement IFRS 5 et IFRS 1)		23 janvier 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes

(1) sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne
* Normes, amendements et interprétations applicables par anticipation

2.2.2. Normes, amendements et interprétations publiées par l'IASB mais non encore approuvées par l'Union Européenne

Norme	Date d'application IASB*	Impacts Groupe attendus
IAS 39 Amendement Instruments financiers – Éligibilité des instruments couverts	1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence significative sur les comptes
IAS 39/ IFRIC 9 Amendement Dérivés incorporés	30 juin 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 révisée 1 ^{ère} adoption des IFRS	1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRS 7 Amendement Améliorations des informations sur les instruments financiers	1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 15 Contrats de constructions immobilière	1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 17 Distributions en nature aux actionnaires	1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 18 Transferts d'actifs par des clients	1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS	1 ^{er} janvier 2010	

* sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne

2.3. Changements de méthode comptable

En 2009, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS applicables à compter du 1^{er} janvier 2009 indiquées au paragraphe 2.2.1 et qui sont sans incidence sur les comptes.

En 2008, du fait du développement de certaines activités, le Groupe a affiné ses méthodes comptables en se fondant sur le projet d'améliorations mineures d'IAS 18 tel que publié⁷ en août 2008 par l'IASB. Ce texte fournit des critères d'analyse des prestations rendues afin de déterminer si l'entité intervient comme agent principal ou comme intermédiaire, et d'en déduire les revenus et charges associés à enregistrer dans les comptes.

Dans le cadre de ses activités réalisées pour le compte de tiers (régisseur de publicité, prestations impliquant l'intervention d'intermédiaires techniques et activité de listes de mariage), le Groupe a amélioré les méthodes de reconnaissance de son chiffre d'affaires (cf comptes annuels 2008 note 2-3 changement de méthode comptable et note 2-20 produits de l'activité).

Ce changement de méthode, sans impact sur le résultat, conduit à ajuster d'un même montant le chiffre d'affaires et les charges opérationnelles du Groupe. Conformément à la norme IAS 8, les comptes du premier semestre et du deuxième trimestre 2008 présentés dans les états financiers du premier semestre 2009 ont été retraités, l'incidence nette sur le chiffre d'affaires est une diminution de 10,7 millions d'euros pour le premier semestre 2008 et de 5,7 millions d'euros pour le deuxième trimestre 2008.

2.4. Changements de présentation

Des changements de présentation ou des reclassifications sont effectués lorsqu'ils permettent de fournir des informations fiables et plus pertinentes pour les utilisateurs des états financiers et si la présentation modifiée est susceptible de perdurer, de manière à ne pas affecter la comparabilité. Lorsque de tels changements de présentation sont réalisés et que leurs impacts sur les états financiers sont jugés significatifs, les informations comparatives sont également modifiées.

Au 30 juin 2009, aucun changement de présentation significatif n'a été réalisé.

⁷ Publication IASB en date du 7 août 2008 : Exposure draft of proposed Improvements to IFRSs (www.iasb.org) et plus particulièrement les dispositions relatives à IAS 18 page 24 à 29 de la publication.

2.5. 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 ;
- Dépréciation des goodwill en cas d'indice de perte de valeur ;
- Dépréciation des programmes et droits de diffusion ;
- Evaluation des provisions.

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2008 et aux arrêts intermédiaires 2008. A la date d'arrêt des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

2.6. Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les mois d'été sont traditionnellement plus faibles en volume que celles des autres mois de l'année.

3. Variations du périmètre de consolidation

3.1. Entrée dans le périmètre de consolidation de l'entité SPS

La société SPS, créée et détenue à parité par Eurosport et Serendipity, est consolidée en intégration proportionnelle dans les comptes du Groupe TF1 du 30 juin 2009. La société a pour objet le développement à l'échelle européenne des activités de paris sportifs et de jeux d'argent en ligne.

3.2. Cession de la participation détenue dans France 24

Le 12 février 2009, TF1 SA a cédé à la société AEF (Audiovisuel Extérieur de la France) les actions France 24 qu'elle détenait et qui représentaient 50 % du capital et des droits de vote. Cette cession génère une plus-value nette de 2 millions d'euros enregistrée dans les comptes du 1^{er} semestre 2009 en « autres produits et charges opérationnels ».

3.3. Cession de Shopping à la Une

Le 12 février 2009, Téléshopping SAS a cédé la totalité des actions de sa filiale "Shopping à la Une" à la société Initiatives et Développements (I&D) en échange d'obligations remboursables en actions de sa propre filiale Global Technologies, pour un montant nominal de 2 millions d'euros.

Parallèlement, Téléshopping dispose du droit de revendre à I&D les obligations reçues ou les actions obtenues par conversion si certaines conditions, notamment de valorisation, ne sont pas remplies dans les prochaines années.

Cette cession génère une plus-value nette de 2 millions d'euros enregistrée dans les comptes du 1^{er} semestre 2009 en « autres produits et charges opérationnels ».

4. Secteurs opérationnels

Depuis le 1^{er} janvier 2009, le Groupe TF1 applique la norme IFRS 8 relative à l'information sectorielle qui remplace la norme IAS 14. La Direction Générale du Groupe effectuant le suivi financier des différentes activités sur la base d'indicateurs clés comptables (cf ci-après), cette évolution de norme n'a pas d'incidence sur la présentation de l'information sectorielle du Groupe.

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activité stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus dans les environnements économiques donnés. Cette segmentation en secteur d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par les décideurs opérationnels du Groupe dans leur suivi d'activité.

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'actif correspondants. Les ventes et transferts entre les secteurs sont réalisés aux conditions normales de marché.

Les secteurs opérationnels du Groupe sont les suivants :

Antennes France

Le secteur Antennes France regroupe l'antenne TF1, les activités associées ou dérivées considérées comme indissociables de l'Antenne, ainsi que les autres diffuseurs de programmes de télévision gratuite ou payante émettant principalement sur le territoire français. Les activités indissociables de l'Antenne incluent notamment la régie publicitaire du Groupe et les sociétés engagées dans la production ou la coproduction de programmes destinés exclusivement à l'Antenne TF1 tel qu'Ushuaïa et TF1 Production.

Droits audiovisuels

Les filiales dont l'activité principale consiste à produire, éditer ou distribuer des droits audiovisuels non exclusivement destinés aux Antennes du Groupe sont regroupées dans ce secteur. Les activités de production recouvrent les productions déléguées ou les coproductions d'œuvres cinématographiques. Les activités d'édition et de distribution regroupent tous les supports (CD, DVD,...) et tous les canaux (salles, chaînes de télévision, et tous circuits de distribution grand public).

Antennes Internationales

Les Antennes internationales correspondent aux filiales engagées dans la conception et la diffusion de programmes de télévision payante, notamment Eurosport et France 24 pour les données comparatives 2008, et qui émettent principalement en dehors du territoire français.

Activités diverses

Ce secteur regroupe toutes les activités ne répondant pas aux caractéristiques des secteurs tels que définis ci-dessus.

La contribution de chaque secteur opérationnel aux comptes du Groupe est détaillée ci-après :

(en millions d'euros)	Antennes France		Droits audiovisuels		Antennes internationales		Activités diverses		Total TF1	
	2009.06	2008.06*	2009.06	2008.06	2009.06	2008.06	2009.06	2008.06	2009.06	2008.06
CHIFFRE D'AFFAIRES	913,0	1 124,5	68,9	77,7	147,3	150,3	0,9	0,3	1 130,1	1 352,8
RESULTAT										
Résultat opérationnel courant	32,2	153,3	(15,2)	1,8	22,3	18,3	(1,8)	(2,0)	37,5	171,4
Quote-part dans les résultats des entreprises associées ⁽¹⁾	7,8	5,7	-	-	-	-	(0,4)	-	7,4	5,7
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* impact changement de méthode sur le chiffre d'affaires 2008.06 : - 10,7M€ millions d'euros (cf note 2.3)

⁽¹⁾ La quote-part dans les résultats des entreprises associées est détaillée selon les secteurs de la manière suivante :

En 2009 :

- secteur "Antennes France" : la quote-part de résultat égale à 7,8 millions d'euros au 30 juin 2009 revient au Groupe AB ;
- secteur "Activités diverses" : la quote-part de résultat revient à la société Metro France Publications.

Les actifs sectoriels au 30 juin 2009 ne présentent pas de variations significatives par rapport au 31 décembre 2008.

5. Participations dans les entreprises associées

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

(en millions d'euros)	Groupe AB (1)	Metro France Publications	Autres (2)	Total
Pays	France / Belgique	France	France	
31 décembre 2007	238,3	12,0	3,1	253,4
Quote-part de résultat	5,7	-	-	5,7
Dividendes versés	(5,0)	-	-	(5,0)
Variation de périmètre	-	-	1,2	1,2
30 juin 2008	239,0	12,0	4,3	255,3
31 décembre 2008	244,3	11,2	3,8	259,3
Quote-part de résultat	7,9	(0,4)	(0,1)	7,4
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre	-	-	-	-
30 juin 2009	252,2	10,8	3,7	266,7

(1) Compte tenu des calendriers de clôture des comptes du Groupe AB, la quote-part de résultat du Groupe AB retenue au 30 juin 2009 a été calculée sur la base des résultats cumulés des 4^{ème} trimestre 2008 et 1^{er} trimestre 2009.

(2) En 2008 et 2009, les autres entreprises associées sont JFG Networks, Sky Art Media et Sailing One.

6. Autres actifs financiers courants

L'actif financier Canal+ France, reçu en échange de l'apport des titres TPS, représente 9,9 % du capital de Canal+ France assorti d'une option de vente exerçable en février 2010. Cette option permettra à TF1 de céder la totalité des titres Canal+ France, au plus haut des deux valeurs suivantes :

- un prix plancher de 745,8 millions d'euros (quote-part TF1) ;
- la valeur à dire d'experts à la date de la levée de l'option.

Le Groupe a désigné l'actif financier, constitué des titres Canal+ France et de l'option de vente, lors de sa comptabilisation initiale, comme un actif financier à la juste valeur par le biais du compte de résultat. Les variations de juste valeur de cet actif financier sont comptabilisées en « Autres produits et charges financiers ».

La juste valeur de l'actif financier est déterminée à partir du prix plancher de 745,8 millions d'euros, actualisé au taux d'intérêt résultant de l'accord du 6 janvier 2006. La variation de la juste valeur de l'actif financier au 30 juin 2009 est un produit de 20,3 millions d'euros, portant la valeur de l'actif financier (titres Canal+ France et option de vente) à 724,9 millions d'euros au 30 juin 2009.

En raison de la date d'échéance de l'option de vente, cet actif financier est classé en « autres actifs financiers courants » au bilan depuis février 2009.

7. Endettement financier net

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

(en millions d'euros)	2009.6	2008.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	12,2	9,8
Actifs financiers de gestion de trésorerie	1,1	2,3
Trésorerie active (A)	13,3	12,1
Instruments financiers dérivés de taux actifs	18,1	7,3
Instruments financiers dérivés de taux passifs	(13,1)	(5,5)
Juste valeur des instruments dérivés de taux (B)	5,0	1,8
Emprunts long terme	800,9	695,5
Dettes financières à court terme	37,7	22,9
Endettement brut (C)	838,6	718,4
Endettement net du Groupe (C) – (B) – (A)	820,3	704,5

En novembre 2003, TF1 a émis un emprunt obligataire portant sur un montant de 500 millions d'euros remboursable au pair in fine dans 7 ans (2010). Son coupon s'élève à 4,375%.

De plus, le Groupe dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires de 1 070,5 millions d'euros dont les dates d'échéance sont comprises entre un jour et cinq ans. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le Groupe Bouygues. Au 30 juin 2009, celle-ci est utilisée à hauteur de 302 millions d'euros.

Les instruments dérivés de taux détenus par le Groupe sont :

- un swap de 300 millions d'euros payeur taux variable, receveur taux fixe, à échéance novembre 2010 ; qualifié à l'origine (2003) et jusqu'au 31 décembre 2007, de couverture de l'emprunt obligataire émis puis comptabilisé en trading depuis le 1^{er} janvier 2008.
- deux swaps de 150 millions d'euros chacun, payeurs taux fixe, receveurs taux variable, à échéance fin 2009, mis en place début 2008, comptabilisés en trading.
- deux swaps de 100 millions d'euros chacun, payeurs taux fixe, receveurs taux variable, à échéance début 2010, mis en place respectivement fin 2008 et janvier 2009, qualifiés de couverture de la dette bancaire prévisionnelle.

8. Charges de personnel

Le Conseil d'Administration du 18 février 2009 a décidé de la mise en place d'un plan d'options de souscription d'actions réservé aux collaborateurs, mandataires sociaux ou non du Groupe TF1, portant création de 1 877 000 options de souscription d'actions ayant une durée de validité de sept ans (jusqu'au 20/03/2016) à un prix de souscription de 5,98 euros. L'attribution de ces actions a été fixée au 20 mars 2009. La durée d'acquisition des droits est de trois ans. Au 30 juin 2009, l'impact de la mise en place de ce plan est non significatif.

Par ailleurs, le coût de l'avantage calculé au titre des plans octroyés par Bouygues aux collaborateurs du Groupe TF1 n'est pas significatif sur le premier semestre 2009.

9. Coût de l'endettement financier net

Le coût de l'endettement financier net au 30 juin 2009 s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	2009.06	2008.06
Produits d'intérêts	2,8	1,1
Variation de juste valeur de la part couverte de l'emprunt obligataire	-	-
Variation de juste valeur des dérivés de taux	4,5	3,9
Produits et revenus sur actifs financiers	-	0,4
Produits sur endettement financier	7,3	5,4
Charges d'intérêts sur dettes financières	(17,1)	(15,8)
Variation de juste valeur des dérivés de taux	-	(4,8)
Charges sur endettement financier	(17,1)	(20,6)
Coût endettement financier net	(9,8)	(15,2)

10. Définition de la trésorerie

La trésorerie, dont la variation est analysée au tableau de flux de trésorerie, intègre la trésorerie passive (concours bancaires courants et comptes courants de trésorerie passifs).

(en millions d'euros)	2009.06	2008.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	12,2	9,8
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	5,2
Compte courant de trésorerie passifs	(4,3)	(4,2)
Concours bancaires courants	(19,0)	(15,0)
Trésorerie de clôture du tableau de flux	(11,1)	(4,2)

11. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action versé par le Groupe le 30 avril 2009 au titre de l'exercice 2008, ainsi que le montant versé en 2008 au titre de l'exercice 2007.

	Versés en 2009	Versés en 2008
Dividende total distribué (en millions)	100,3	181,4
Dividende par action (en euros)	0,47	0,85

12. Événements postérieurs à la clôture

Le 1^{er} juillet, TF1 et UGC ont signé un accord afin de mutualiser les compétences des deux groupes dans le domaine de l'acquisition de droits cinématographiques, la distribution de films en salles et la vente de droits audiovisuels à l'étranger. Cet accord sera soumis à l'examen des autorités compétentes.

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2009

Période du 1^{er} janvier 2009 au 30 juin 2009

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale 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 Télévision Française 1 S.A., relatifs à la période du 1^{er} janvier 2009 au 30 juin 2009, 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 de votre Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

I – 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.

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 2.3 « Changements de méthode comptable » de l'annexe qui précise que l'entrée en vigueur de nouvelles normes IFRS n'a pas d'incidence sur les comptes du 1^{er} semestre 2009.

II – 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.

Les commissaires aux comptes

Paris La Défense et Courbevoie, le 24 juillet 2009

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

MAZARS

Jean-Pierre Crouzet
Associé

Eric Lefebvre
Associé

Gilles Rainaut Associé

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 682 098,40 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92656 Boulogne Cedex – France
Tél : (33) 1 41 41 12 34
www.tf1.fr

Contacts :

Département Relations Investisseurs
Tél : 33 1 41 41 27 32
Fax : 33 1 41 41 29 10
Internet : <http://www.tf1finance.fr>
e-mail : comfi@tf1.fr