



Information financière

9 premiers mois 2011

Sommaire

RESULTATS	3
Indicateurs financiers	3
Présentation analytique du compte de résultat	4
Contribution des activités au compte de résultat consolidé	5
Résultats financiers par trimestre	6
FAITS MARQUANTS DES 9 PREMIERS MOIS 2011	7
RAPPORT DE GESTION.....	10
PERSPECTIVES	24
FACTEURS DE RISQUES	25
COMPTES CONSOLIDES AU 30 SEPTEMBRE 2011.....	26
Bilan Consolidé	26
Compte de résultat consolidé	28
Etat des produits et charges comptabilisés	29
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	29
Tableau des flux de trésorerie consolidés	30
Notes annexes aux états financiers consolidés	31
CALENDRIER PREVISIONNEL	38

Résultats

Indicateurs financiers

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées de TF1.

<i>en millions d'euros</i>	9M 2011	9M 2010	Année 2010 (12 mois)
Chiffre d'affaires consolidé	1 838,8	1 826,0	2 622,4
<i>Recettes Publicité Antenne TF1</i>	<i>1 054,4</i>	<i>1 071,1</i>	<i>1 549,8</i>
<i>Recettes des autres activités</i>	<i>784,4</i>	<i>754,9</i>	<i>1 072,6</i>
Résultat opérationnel courant	195,5	124,9	230,4
Résultat opérationnel	195,5	220,8	313,2
Résultat net attribuable au Groupe	125,2	169,7	228,3
Capacité d'autofinancement*	241,9	159,8	297,2
Total capitaux propres part du Groupe	1 522,6	1 477,2	1 538,9
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-)	87,3	(8,3)	16,8
Bénéfice net par action (€)	0,59	0,80	1,07
Bénéfice net dilué par action (€)	0,58	0,79	1,06

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

	9m 2011	9m 2010	Année 2010 (12 mois)
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	212 917	213 396	213 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	9,4	11,4	13,0
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,0	2,4	2,8

Présentation analytique du compte de résultat

<i>en millions d'euros</i>	9M 2011	9M 2010	2010 (12 mois)
Antenne TF1			
Recettes de publicité	1 054,4	1 071,1	1 549,8
Coût de la régie	(51,7)	(52,6)	(75,9)
RECETTES NETTES DIFFUSEUR	1 002,7	1 018,5	1 473,9
Prélèvements obligatoires			
- Auteurs	(42,5)	(39,8)	(58,5)
- CNC	(57,2)	(58,0)	(84,2)
- Taxe sur la publicité diffusée	(4,5)	(13,5)	(6,1)
Coûts de diffusion			
- TDF, Satellites, Circuits	(21,1)	(36,3)	(44,9)
Coût de la grille (hors événements sportifs exceptionnels)	(626,1)	(615,5)	(873,6)
Événements sportifs exceptionnels	(13,3)	(77,6)	(77,6)
MARGE BRUTE GRILLE	238,0	177,8	329,0
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	783,5	753,5	1 070,9
Autres charges d'exploitation	(764,4)	(740,9)	(1 064,5)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(61,6)	(65,5)	(105,0)
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	195,5	124,9	230,4
Autres produits et charges opérationnels	0,0	95,9	82,8
RESULTAT OPERATIONNEL	195,5	220,8	313,2
Coût de l'endettement financier net	0,4	(15,7)	(18,2)
Autres produits et charges financiers	2,1	(4,2)	(2,5)
Impôts	(57,7)	(38,0)	(68,9)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	(12,7)	7,2	5,7
RESULTAT NET	127,6	170,1	229,3
RESULTAT NET CONSOLIDE PART DU GROUPE	125,2	169,7	228,3
Part des minoritaires	2,4	0,4	1,0

Contribution des activités au compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	Chiffre d'affaires consolidé			Résultat opérationnel courant		
	9M 2011	9M 2010	2010 12 mois	9M 2011	9M 2010	2010 12 mois
ANTENNES FRANCE	1 494,5	1 465,9	2 109,6	187,6	97,5	201,3
TF1 SA ^a	1 059,1	1 080,5	1 561,3	127,7	56,1	143,3
Téléshopping	75,5	78,0	101,9	1,8	5,0	3,9
Chaînes thématiques France ^b	225,6	169,1	252,5	31,1	18,4	27,5
TF1 Entreprises	26,6	23,7	43,8	3,3	1,4	2,4
Production ^c	15,6	13,0	16,7	3,1	1,3	(1,9)
e-TF1	58,6	54,4	78,2	5,4	1,8	2,5
Divers ^d	33,5	47,2	55,2	15,2	13,5	23,6
DROITS AUDIOVISUELS	73,1	82,3	142,9	(25,6)	(8,0)	(5,2)
Catalogue ^e	22,2	31,0	54,1	(21,8)	1,1	4,3
TF1 Vidéo	50,9	51,3	88,8	(3,8)	(9,1)	(9,5)
ANTENNES INTERNATIONALES	269,7	274,2	364,4	44,5	43,5	59,9
ACTIVITES DIVERSES	1,5	3,6	5,5	(11,0)	(8,1)	(25,6)
SPS ^f	1,5	0,7	1,6	(11,0)	(7,0)	(23,6)
1001 Listes ^g	-	2,9	3,9	-	(1,1)	(2,0)
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	1 838,8	1 826,0	2 622,4	195,5	124,9	230,4

^a dont SNC Aphélie.

^b dont Eurosport France, LCI, TV Breizh, TMC, NT1, TF6, Série Club, Stylia, Histoire, Ushuaïa TV et TF1 Thématiques (ex- TF1 Digital).

^c entités de production télévisuelle et cinématographique.

^d dont principalement TF1 Publicité, TF1 DS qui porte la revente des droits sportifs et Metro France.

^e dont principalement TF1 Droits Audiovisuels, TF1 International et TCM, activité cédée le 19 avril 2011.

^f SPS a été cédée le 2 mai 2011.

^g 1001 Listes a été cédée le 4 février 2011.

Résultats financiers par trimestre

Chiffre d'affaires consolidé par activité (M€)	T1 2011	T1 2010	T2 2011	T2 2010	T3 2011	T3 2010
Antennes France	499,4	479,7	552,8	562,2	442,3	424,0
Droits Audiovisuels	29,0	32,4	21,1	27,6	23,0	22,3
Antennes Internationales	84,5	84,0	89,3	97,2	95,9	93,0
Activités diverses	1,5	0,8	-	0,7	-	2,1
Total groupe TF1	614,4	596,9	663,2	687,7	561,2	541,4
Résultat opérationnel courant par activité (M€)	T1 2011	T1 2010	T2 2011	T2 2010	T3 2011	T3 2010
Antennes France	62,4	39,0	118,6	45,6	6,6	12,9
Droits Audiovisuels	0,1	(4,5)	(11,2) *	(1,1)	(14,5)*	(2,4)
Antennes Internationales	10,0	5,3	17,6	21,4	16,9	16,8
Activités diverses	(11,0)	4,0	-	(5,3)	-	(6,8)
Total groupe TF1	61,5	43,8	125,0	60,6	9,0	20,5

* dont litige *Miracle à Santa Anna*

Faits marquants des 9 premiers mois 2011

Janvier

4 janvier 2011 : les résultats d'audience de la télévision - le Médiamat - intègrent l'audience des programmes visionnés en différé, après enregistrement personnel (sur magnétoscope, DVD enregistreur, box et autre décodeur numérique à disque dur ou « PVR ») ou en léger différé (*time shifting* ou contrôle du direct).

24 janvier 2011 : TF1 lance son application pour iPad et iPhone. Elle permet de regarder gratuitement TF1 en direct dans une qualité Haute Définition et de visionner des programmes en *catch-up* et des vidéos bonus exclusives.

31 janvier 2011 : WAT.tv lance son application iPhone afin de découvrir, partager et recommander le meilleur des vidéos sélectionnées par WAT.tv.

Février

1^{er} février 2011 : LCI Radio cesse d'émettre, compte tenu de la non attribution par le CSA d'une fréquence analogique et de la suspension actuelle du calendrier de déploiement de la Radio Numérique Terrestre en France.

3 février 2011 : la campagne interne sur le handicap « Tout simplement » a reçu le Prix Spécial du Jury lors du Grand Prix de la créativité RH organisée par l'ACCE (l'association des Agences Conseil en Communication pour l'Emploi).

4 février 2011 : TF1 cède l'intégralité de sa participation dans la société 1001 Listes au groupe Galeries Lafayette.

7 février 2011 : TF1 Publicité lance les Tags TV, une nouvelle gamme de produits publicitaires interactifs qui signalent, via une pastille sur un spot TV, la présence d'un avantage ou d'informations complémentaires à retrouver sur TF1conso.fr.

17 février 2011 : TMC réalise le record des chaînes de la TNT en réunissant 2 millions de téléspectateurs avec le film *Dirty Dancing*, soit une part d'audience de 17 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

25 février 2011 : 3 César ont été décernés à des films coproduits par TF1, ceux de la Meilleure actrice et du Meilleur scénario original pour *Le Nom des Gens* (TF1 Droits Audiovisuels) et celui du Meilleur décor pour *Les Aventures*

Extraordinaires d'Adèle Blanc-Sec (TF1 Films Production).

Mars

3 mars 2011 : la fiction *Mes Amis, mes Amours, mes Emmerdes*, diffusée sur TF1, reçoit le prix de la meilleure série lors de la cérémonie des Lauriers du Sénat.

11 mars 2011 : Eurosport 2 dépasse le cap des 50 millions de foyers. Cette croissance est soutenue par la qualité des programmes de la chaîne et la couverture des sports collectifs ou de nouvelle génération.

17 mars 2011 : la Française des Jeux lance Mille Bornes, un nouveau jeu à gratter issu d'un partenariat avec Dujardin, filiale de TF1 Entreprises, détenteur de la marque 1000 Bornes.

18 mars 2011 : MyTF1, le portail de télévision enrichie de TF1, est désormais disponible pour les abonnés de Free.

28 mars 2011 : le groupe TF1, détenteur exclusif des droits de la Coupe du Monde de Rugby rétrocède à France Télévisions et à CANAL+ une partie de ses droits, dont notamment la diffusion en direct de 28 des 48 matches de la compétition.

Avril

1^{er} avril 2011 : TF1 Publicité lance le dispositif « Puissance 5 » pour Yves Rocher. Inédit et sur-mesure, il permet à la marque d'être présente sur les tranches horaires les plus puissantes et ce, sur l'intégralité des canaux de TF1.

2 avril 2011 : l'Information de TF1 est désormais produite avec le Process News et Sports 2 (système de fabrication Groupe pour l'information et le sport).

4 avril 2011 : lancement de l'application gratuite pour iPhone de TF1News.

5 avril 2011 : Eurosport dévoile son nouvel habillage décliné sur l'ensemble de ses chaînes, avec l'objectif de renforcer sa marque et conforter son image haut de gamme.

18 avril 2011 : les contrats de distribution des chaînes payantes arrivent à échéance le 31 décembre 2011. Les chaînes ont lancé une consultation auprès de l'ensemble des distributeurs du marché pour recueillir leurs

propositions de reprise des chaînes. Des discussions sont toujours en cours.

19 avril 2011 : cession de la participation du groupe TF1 dans TCM DA au groupe M6.

25 avril 2011 : sortie du nouvel album des Prêtres.

Mai

2 mai 2011 : Jean-François Lancelier est nommé Directeur général des Antennes, des Programmes et de la Production du groupe TF1.

2 mai 2011 : le groupe TF1 a cédé à la société SOLFIVE 100 % des titres de la société de jeux et de paris en ligne SPS, après confirmation par l'ARJEL des agréments délivrés.

3 mai 2011 : selon une enquête de l'institut CSA, LCI est la chaîne d'information la plus connue des Français âgés de 15 ans ou plus, avec 73 % de notoriété. Selon la même source, Eurosport est la chaîne de sport la plus connue auprès des Français âgés de 15 ans et plus, avec 72 % de notoriété globale.

4 mai 2011 : TF1 Licences lance le magazine mensuel Hello Kitty destiné aux 3/7 ans.

5 mai 2011 : TF1 organise le « 2^{ème} Campus Innovation ».

TF1 Vidéo signe un accord de distribution avec Cinram International Inc, leader de la fabrication et de la distribution de contenus multimédias groupés à travers le monde.

12 mai 2011 : lancement de la nouvelle émission politique *Parole Directe*.

23 mai 2011 : TF1 choisit Ringier Romandie pour commercialiser les espaces publicitaires de la chaîne pour les annonceurs suisses.

24 mai 2011 : LCI réalise ses meilleures audiences depuis 2003, avec une progression de 45 % sur les 4 ans et plus abonnés à une offre payante et de 46 % sur les Individus CSP+ abonnés à une offre payante, sur la période mi-février/mi-avril 2011 (versus septembre 2010/février 2011).¹

31 mai 2011 : le groupe TF1 présente ses leviers de croissance lors de sa première journée Analystes et Investisseurs.

¹ Source : Médiamat / Médiaplanning et MédiamatThématic (vague intermédiaire 21.1 - univers payant - 14/02/2011 au 10/04/2011 et vague 20 - 30/08/2010 au 13/02/2011)

Juin

1^{er} juin 2011 : WAT.tv et TF1.fr deviennent partenaires exclusifs en France de Twitter par l'intégration du bouton « suivre » sur les sites.

La consultation lancée par le groupe TF1 sur la reprise de ses chaînes payantes (Eurosport, Eurosport 2, LCI, TV Breizh, Ushuaïa TV et Histoire) et leurs services associés, a recueilli des réponses positives des opérateurs FAI.

7 juin 2011 : la première *Social VOD* est lancée par TF1 Vision sur Facebook avec le dernier spectacle de l'humoriste Florence Foresti. Cette nouvelle expérience permet aux utilisateurs de louer, visionner la vidéo et inviter des amis *via* Facebook à regarder cette vidéo.

14 juin 2011 : la Direction des Achats du groupe TF1 est récompensée dans la catégorie « Direction et Equipe Achat de l'Année » lors de la 5^{ème} édition des Trophées des Achats organisée par la Compagnie des Dirigeants et Acheteurs de France.

20 juin 2011 : TF1 Entreprises lance la déclinaison sur iPad et iPhone du *Mille Bornes*, jeu de société français le plus vendu dans le monde.

21 juin 2011 : TF1 Droits Audiovisuels est condamnée par le Tribunal de Grande Instance de Paris à indemniser à hauteur de 32 millions d'euros le producteur du film *Miracle à Santa Anna* ainsi que sa banque et les autres auteurs-réalisateurs. En effet, en octobre 2007, TF1 Droits Audiovisuels a signé un accord pour la commercialisation sur les quatre principaux territoires européens (hors Italie) d'un film intitulé *Miracle à Santa Anna*. Fin 2008, TF1 Droits Audiovisuels a refusé la commercialisation du film, non conforme aux caractéristiques contractuelles, et demandait la résiliation du contrat. Une médiation est intervenue depuis le jugement rendu et a abouti, le 25 juillet, à un accord entre les parties pour renoncer à tout recours en contrepartie d'indemnités versées par TF1.

28 juin 2011 : Nicolas Canteloup rejoint TF1 pour proposer dès octobre une émission quotidienne d'humour en prise directe avec l'actualité.

Juillet

6 juillet 2011 : TF1 organise sa première Université d'été de l'Innovation, trois jours d'échanges et de réflexion autour de 20 conférences et ateliers proposés aux collaborateurs du Groupe.

17 juillet 2011 : TF1 lance pour la première fois une tournée d'été des plages, allant ainsi à la rencontre de ses publics sur leur lieu de vacances en visitant 12 stations balnéaires françaises.

18 juillet 2011 : TF1 signe un accord de partenariat avec Sony Pictures Television Distribution portant sur les séries, le catalogue de films et de téléfilms du Studio.

28 juillet 2011 : le groupe TF1 finalise l'acquisition des 65,7 % du capital de Metro France détenus par Metro International, ce qui porte à 100 % la participation de TF1.

Août

24 août 2011 : TF1 signe un accord avec SFR permettant l'accès à MyTF1 des abonnés NeufBox.

Septembre

8 septembre : TF1 regroupe son offre numérique autour d'une marque fédératrice, MYTF1, disponible sur tous les écrans.

8 septembre 2011 : TF1 et Europacorp signent un partenariat pour produire des séries en langue anglaise pour la télévision.

9 septembre 2011 : le groupe TF1 lance la Coupe du Monde de Rugby sur ses Antennes.

Rapport de gestion

Boulogne-Billancourt, le 10 novembre 2011

Faits marquants de l'exercice

Les faits marquants sont présentés en note 1 de l'annexe aux états financiers consolidés.

Changement de méthode comptable

En 2011, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 des annexes applicables à compter du 1^{er} janvier 2011 et qui sont sans incidence sur les comptes.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, sur les neuf premiers mois de l'année 2011, s'établit à 1 838,8 millions d'euros, en amélioration de 12,8 millions d'euros (+ 0,7 %) par rapport aux neuf premiers mois de l'année 2010.

Le chiffre d'affaires consolidé se décompose en :

- 1 054,4 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une diminution de 16,7 millions d'euros (- 1,6 %) résultant d'une baisse des volumes de publicité diffusée, la base de comparaison étant particulièrement élevée ;
- 784,4 millions d'euros de chiffre d'affaires des activités de diversification, soit une amélioration de 29,5 millions d'euros (+ 3,9 %).

Le chiffre d'affaires des activités de diversification des neuf premiers mois 2011 intègre :

- une variation de périmètre sur les six premiers mois de l'année 2011, pour 47,9 millions d'euros, au titre des quotes-parts acquises dans TMC et NT1, intégrées dans les comptes consolidés depuis la prise de contrôle le 1^{er} juillet 2010 ;
- 13,0 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de Rugby 2011, comptabilisés au troisième trimestre 2011 ;
- le chiffre d'affaires de Metro France, comptabilisé à 100 % depuis le 28 juillet 2011.

Pour mémoire, le chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2010 intégrait 33,0 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, comptabilisés au deuxième trimestre 2010.

Le chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble du groupe TF1 s'établit à 1 267,2 millions d'euros, soit une amélioration de 40,3 millions d'euros (+ 3,3 %), grâce à la contribution des recettes des chaînes TMC et NT1 ainsi qu'à la progression des activités Internet.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, au troisième trimestre 2011, s'établit à 561,2 millions d'euros, en amélioration de 19,8 millions d'euros (+ 3,7 %).

Il se décompose en :

- 296,6 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une diminution de 9,9 millions d'euros (- 3,2 %), la conjoncture économique ayant entraîné un recul des volumes de publicité diffusée ;
- 264,6 millions d'euros de chiffre d'affaires des activités de diversification, soit une amélioration de 29,7 millions d'euros (+ 12,6 %) intégrant 13,0 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de Rugby 2011 ainsi que le chiffre d'affaires de Metro France sur deux mois. Toutes les activités de diversification, à l'exception de la vidéo, affichent une croissance de chiffre d'affaires au troisième trimestre.

Coût de la grille et autres charges opérationnelles

Le **coût de la grille** de la chaîne TF1 s'élève à 639,4 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2011, contre 693,1 millions d'euros un an plus tôt, soit une amélioration de + 53,7 millions d'euros (7,7 %), qui s'explique par :

- la **non diffusion en 2011 de la Coupe du Monde de la FIFA 2010**, laquelle génère une économie de 77,6 millions d'euros, soit + 63,3 millions d'euros, nette des coûts de programmes de remplacement (- 14,3 millions d'euros) ;
- le coût des 11 matches de **la Coupe du Monde de Rugby 2011** diffusés au mois de septembre, qui s'élève à 13,3 millions d'euros, soit 12,4 millions d'euros, net des coûts des programmes remplacés (+ 0,9 million d'euros) ;
- **des économies sur le reste des programmes** à hauteur de + 2,8 millions d'euros.

Le sport, les films et les programmes jeunesse sont en économie de respectivement - 5,0 %, - 4,4 % et - 1,4 %.

La mise à l'Antenne, depuis le début de l'année 2011, d'un plus grand nombre de magazines d'information et de séries explique l'augmentation des coûts de ces unités de programmes de respectivement + 8,3 % et + 5,6 %. Quant aux coûts des émissions de divertissement, ils sont stables à + 0,2 %.

Au troisième trimestre 2011, le coût de la grille total de la chaîne TF1 s'élève à 215,8 millions d'euros, contre 210,5 millions d'euros un an plus tôt.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2011, les charges opérationnelles sont stables à 942,3 millions d'euros, malgré la prise en compte :

- de 34,5 millions d'euros de charges au titre des quotes-parts acquises dans TMC et NT1, au premier semestre 2011 ;
- des droits de la Coupe du Monde de Rugby 2011 destinés à être revendus.

Enfin, à fin septembre 2011, les dotations nettes aux amortissements et provisions s'élèvent à 61,6 millions d'euros contre 65,5 millions d'euros un an plus tôt.

Résultat opérationnel courant

Sur les neuf premiers mois de l'année 2011, le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 195,5 millions d'euros, soit une progression de 70,6 millions d'euros par rapport aux neuf premiers de l'année 2010 (+ 56,5 %), dont 13,4 millions d'euros au titre de l'intégration des quotes-parts acquises dans TMC et NT1.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 10,6 % pour les neuf premiers mois de l'année 2011, contre 6,8 % un an auparavant et 8,8 % pour l'ensemble de l'année 2010.

Au troisième trimestre 2011, le résultat opérationnel courant du Groupe s'établit à 9,0 millions d'euros, contre 20,5 millions d'euros au troisième trimestre 2010.

Le taux de marge opérationnelle courante du troisième trimestre 2011 s'établit à 1,6 %.

Résultat opérationnel

Sur les neuf premiers mois de l'année 2011, le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 195,5 millions d'euros, contre 220,8 millions d'euros un an plus tôt. L'opération TMC et NT1 avait, en effet, entraîné la revalorisation des participations détenues antérieurement à la prise de contrôle et généré un produit de réévaluation de 95,9 millions d'euros, comptabilisé en autres produits opérationnels.

Résultat

Le groupe TF1 est en situation de trésorerie positive depuis le début de l'année. Le coût de l'endettement financier net s'établit à + 0,4 million d'euros au 30 septembre 2011, à comparer à - 15,7 millions d'euros un an plus tôt, cette charge d'intérêts étant liée à l'emprunt obligataire de 500 millions d'euros remboursé le 12 novembre 2010.

Les autres produits et charges financiers s'élèvent à 2,1 millions d'euros au 30 septembre 2011, contre - 4,2 millions d'euros au 30 septembre 2010, la variation provenant des revalorisations des couvertures de change.

A fin septembre 2011, la charge d'impôt s'élève à 57,7 millions d'euros, en augmentation de 19,7 millions d'euros, en ligne avec l'augmentation du résultat après prise en compte d'un produit d'impôt constaté au premier trimestre 2011 lors de la cession de SPS. Pour mémoire, la revalorisation des quotes-parts antérieures détenues dans TMC et NT1 en 2010 n'était pas imposable.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'établit à - 12,7 millions d'euros à fin septembre 2011, à comparer à + 7,2 millions d'euros un an plus tôt. L'écart s'explique par :

- les résultats de Groupe AB, lesquels ne sont plus consolidés par mise en équivalence à compter du 1^{er} juillet 2010 ;
- une provision de 8,0 millions d'euros comptabilisée pour dépréciation des titres de Metro France au deuxième trimestre 2011.

Le résultat net attribuable au Groupe s'élève à 125,2 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année 2011. Le résultat net attribuable au Groupe s'élevait à 169,7 millions d'euros un an plus tôt et incluait la revalorisation des quotes-parts de TMC et de NT1 détenues antérieurement pour 95,9 millions d'euros.

Sur les neuf premiers mois de l'année 2011, les intérêts minoritaires s'élèvent à 2,4 millions d'euros contre 0,4 million d'euros un an plus tôt.

Ainsi, le résultat net des neuf premiers mois de l'année 2011 s'élève à 127,6 millions d'euros contre 170,1 millions d'euros un an plus tôt, incluant 95,9 millions d'euros de revalorisation des quotes-parts détenues antérieurement dans TMC et NT1.

Au troisième trimestre 2011, le résultat net attribuable au Groupe est de 6,6 millions d'euros contre 95,5 millions d'euros un an auparavant.

Le résultat net du troisième trimestre 2011 s'établit à 6,6 millions d'euros contre 96,2 millions

au troisième trimestre 2010, incluant la revalorisation des quotes-parts de TMC et NT1.

Structure Financière

Le total des capitaux propres part du Groupe, au 30 septembre 2011, s'élève à 1 522,6 millions d'euros pour un total bilan de 3 248,5 millions d'euros.

Le total des capitaux propres de TF1 s'élève à 1 533,7 millions d'euros.

La trésorerie nette à fin septembre 2011 est de 87,3 millions d'euros contre 16,8 millions au 31 décembre 2010.

A fin septembre 2010, l'endettement financier net s'élevait à 8,3 millions d'euros.

Au 30 septembre 2011, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 025,0 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires.

Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul. Ce portefeuille de lignes de crédit est renouvelé régulièrement en fonction des tombées d'échéance des lignes (maturités de 1 à 5 ans selon les lignes) afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

Le 22 juillet 2011, Standard and Poor's a revu la notation du groupe TF1 de BBB / Perspective positive à BBB+ / Perspective stable, reflétant une structure financière solide.

1. Antennes France

Le chiffre d'affaires du pôle Antennes France s'établit, sur les neuf premiers mois de 2011, à 1 494,5 millions d'euros, soit une progression de 28,6 millions d'euros (+ 2,0 %).

Le résultat opérationnel courant atteint 187,6 millions d'euros, en hausse de 90,1 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 12,6 % contre 6,7 % un an plus tôt, soit une hausse de 5,9 points.

Au troisième trimestre 2011, le chiffre d'affaires du pôle s'établit à 442,3 millions d'euros, en hausse de 18,3 millions d'euros (+ 4,3 %). Le résultat opérationnel courant est de 6,6 millions d'euros, en baisse de 6,3 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle du troisième trimestre ressort à 1,5 % contre 3,0 % au troisième trimestre 2010.

1.1. Antenne TF1

Sur les neuf premiers mois de 2011, le chiffre d'affaires de la chaîne TF1 est en retrait de 2,0 % (- 21,4 millions d'euros) à 1 059,1 millions d'euros. Le chiffre d'affaires publicitaire est en retrait de 1,6 % à 1 054,4 millions d'euros.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 127,7 millions d'euros (en progression de 71,6 millions d'euros), pour un taux de marge opérationnelle courante de 12,1 %. Un an plus tôt, il était de 5,2 % et affiche ainsi une progression de 6,9 points.

Au troisième trimestre, le chiffre d'affaires de la chaîne TF1 est en baisse de 4,0 % à 298,6 millions d'euros soit - 12,4 millions d'euros. Le résultat opérationnel s'établit à - 4,2 millions d'euros, soit une baisse de 3,4 millions d'euros. Le chiffre d'affaires publicitaire du troisième trimestre 2011 s'établit à 296,6 millions d'euros, soit une baisse de 9,9 millions d'euros (- 3,2 %).

La chaîne TF1²

Un marché qui atteint de nouveaux records

Le marché de la télévision a atteint un niveau record en 2010 avec 8,5 millions de téléviseurs vendus. Pour 2011, les ventes de téléviseurs devraient continuer à progresser pour atteindre 8,7 millions. Le passage au numérique et la diffusion des événements sportifs exceptionnels participent de cette dynamique.

Par ailleurs, sur les neuf premiers mois 2011, la durée d'écoute de la télévision atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3h42 minutes, soit une progression de 17 minutes par rapport à 2010, et pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, 3h49, soit une progression de 13 minutes.

Enfin, au 30 septembre 2011, 99 % des Français ont accès à au moins 18 chaînes contre 96 % un an auparavant. Ce taux de pénétration marque la généralisation d'un accès à une offre multi-chaînes en France.

Il est à noter qu'au 30 septembre 2011, seules deux régions doivent encore passer au numérique avant la fin du mois de novembre.

Dans ce contexte, les modes de réception TNT ou ADSL connaissent des taux de croissance soutenus, au détriment des abonnements au câble et au satellite. Ainsi, la couverture des modes de réception des foyers équipés de télévision est la suivante à fin septembre 2011 :

- 61,0 % (+ 4,0 points) sont raccordés à la TNT ;
- 29,1 % (+ 6,3 points) à l'ADSL ou la fibre optique ;
- 13,6 % (- 2,1 points) au satellite payant ;
- 9,6 % (+ 1,6 point) au satellite gratuit ;
- 6,8 % (- 0,9 point) au câble payant.

La chaîne confirme son leadership

Dans ce contexte, à fin septembre 2011, la chaîne réalise une part d'audience de 23,7 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (versus une part d'audience de 24,5 % sur les neuf premiers mois de 2010) et 26,9 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (contre 28,1 %). TF1 est leader sur l'ensemble des cibles, avec un écart de + 8,7 points avec son principal challenger sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de + 9,8 points avec son challenger sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

² Source : Médiamétrie - Leadership sur la durée des *prime time* de TF1 - Tranche horaire *prime time* : 20h45-22h30
Source : Médiamétrie / GFK - référence des équipements multimédias - juillet / septembre 2011

Sur le troisième trimestre 2011, la part d'audience des Individus âgés de 4 ans et plus s'élève à 23,5 % (à comparer à 23,8 % à fin juin 2011). La part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats s'élève, sur le troisième trimestre 2011, à 27,1 % contre 26,8 % à fin juin 2011.

TF1 obtient, sur les neuf premiers mois de l'année, les 50 meilleures audiences (versus les 49 des 50 meilleures audiences sur la même période 2010) et un record d'audience avec *Les Enfoirés*, le 11 mars, qui a rassemblé 12,5 millions de téléspectateurs. Il s'agit du record d'audience historique de l'émission.

TF1 conserve ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social, seule chaîne à fédérer, au 30 septembre 2011, plus de 8 millions de téléspectateurs (à 66 reprises). 26 programmes ont réuni plus de 9 millions de téléspectateurs et 3 programmes plus de 10 millions de téléspectateurs.

L'élargissement de l'offre de chaînes de télévision gratuite a conduit TF1 à adapter sa stratégie de positionnement.

Tout d'abord, TF1 s'attache à être performante plus particulièrement entre 19h et 1h du matin, heures à fort potentiel d'audience et, en conséquence, de monétisation. TF1 affiche sur cette tranche horaire une part d'audience plus importante que sur l'ensemble de la journée (25,7 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus) et une avance plus importante sur son challenger (+ 12,1 points). Le constat est similaire sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, avec une part d'audience de 29,9 % et un écart de + 10,1 points avec son principal concurrent.

TF1 demeure la chaîne leader sur tous les publics, créatrice de marques audiovisuelles. Elle a pour ambition d'offrir aux téléspectateurs une grille de programmes attractive et lisible avec des marques fortes et des rendez-vous réguliers autour du divertissement, des fictions, du sport, des séries américaines, du cinéma, de l'information. La chaîne est également diffuseur de grands événements sportifs comme la Coupe du Monde de Rugby. Cette politique éditoriale adoptée par TF1, qui s'appuie sur une offre fédératrice et événementielle, a permis à la chaîne de se classer numéro 1 dans tous les genres de programmes proposés.

TF1, leader en *prime time*

Sur les neuf premiers mois 2011, la chaîne TF1 rassemble en moyenne 6,0 millions de

téléspectateurs en *prime time* (contre 6,2 millions un an plus tôt).

Sur la durée des *prime time* de TF1, la chaîne est leader à 87 % (contre 90 % sur la même période 2010).

Ainsi, face à la dispersion de l'audience, TF1 demeure le principal média de masse en France.

La chaîne TF1, première dans tous les genres de programmes

Le divertissement : *Les Enfoirés* ont rassemblé 12,5 millions de téléspectateurs lors de sa diffusion le 11 mars.

La saison 2 de *MasterChef*, à fin septembre 2011, rassemble 4,9 millions de téléspectateurs, en progression de + 0,7 million sur un an, avec une part d'audience moyenne sur la cible publicitaire de 31 %.

Danse avec les Stars, nouvelle émission lancée en *prime time* au premier trimestre 2011, a réalisé en moyenne 32 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (et 5,1 millions de téléspectateurs).

Le sport : le match amical de l'Equipe de France, France/Brésil, a rassemblé 8,0 millions de téléspectateurs le 9 février 2011, tandis que le match France/Croatie a rassemblé 7,6 millions de téléspectateurs le 29 mars 2011. La diffusion du match de poule de la Coupe du Monde de Rugby Nouvelle Zélande/France a rassemblé 7,9 millions de téléspectateurs soit 65 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus, et 76 % sur les Hommes de moins de 50 ans.

La série américaine : la série *Mentalist* réalise, au cours de la diffusion de la saison 3, le record historique de la série avec 10,4 millions de téléspectateurs (le 31 août). *Dr House* et *Esprits Criminels* atteignent des records sur les neuf premiers mois de 2011 à respectivement 9,5 millions de téléspectateurs (le 14 juin) et à 9,4 millions (le 30 mars). Le *Cross Over des Experts* a, quant à lui, rassemblé 8,7 millions de téléspectateurs pour une part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats de 47 % sur les trois épisodes.

Enfin, *Grey's Anatomy* atteint 6,9 millions de téléspectateurs pour l'ensemble de la saison 6 inédite et 50 % de part d'audience de la cible publicitaire, ce qui représente un record pour la série, et jusqu'à 70 % pour l'épisode final.

La fiction française : au 30 septembre 2011, la fiction française confirme son regain. *Doc Martin* a été suivi par 9,1 millions de téléspectateurs le 10 janvier 2011, *Bienvenue aux Edelweiss* par 8,9 millions de personnes. *Joséphine, Ange Gardien*, a rassemblé 8,2 millions de téléspectateurs le 21 février.

Section de Recherches a réalisé son meilleur score depuis 2006 avec 7,7 millions de téléspectateurs (le 24 mars 2011).

Le cinéma : dans ce domaine, la chaîne affiche d'excellents résultats avec notamment *De l'Autre Côté du Lit* (9,4 millions de téléspectateurs), *Die hard 4* (9,0 millions de téléspectateurs, meilleur score pour un film américain depuis novembre 2008), *Prête-moi ta Main* et *Le Code a changé* (8,1 millions chacun), *Les Bronzés 3* (7,9 millions) ou *Je suis une Légende* (7,6 millions).

L'information : Les *Journaux Télévisés* de TF1 sont les plus fédérateurs d'Europe. Celui de 20h a rassemblé, à fin septembre, jusqu'à 12,5 millions de téléspectateurs (le 18 septembre) et celui de 13h jusqu'à 8,5 millions (le 12 mars).

Audience différée : un premier bilan positif

Depuis le 3 janvier 2011, Médiamat de Médiamétrie intègre l'audience des programmes regardés en différé, soit via l'enregistrement privé (enregistreur DVD, magnétoscope ou un PVR - *Personal Video Recorder*), soit en léger différé à partir d'une box (*time shifting*³). La *catch-up* n'est pas encore comptabilisée.

A fin septembre 2011, 61 % des foyers équipés TV possèdent un équipement permettant de générer du différé, tels qu'un magnétoscope, un lecteur enregistreur DVD ou un PVR de fournisseur d'accès.

Le bilan des neuf premiers mois 2011 s'avère positif. L'audience différée apporte au marché 3 minutes 31 de temps supplémentaire en moyenne, soit +1,7 % de consommation télévisée. 43 % est consommé le jour de la diffusion du programme.

Au deuxième trimestre, *Dr House* a ainsi gagné plus de 720 000 téléspectateurs sur une diffusion. Enfin, en septembre 2011, l'apport de l'audience différée est de +3 minutes 50, soit un gain de 1,8 % sur l'audience en direct (Individus âgés 4 ans et plus). Sur la cible publicitaire, l'apport du différé est de +5 minutes 06 (soit un gain de 2,2 %). C'est le meilleur apport mensuel depuis le début de l'année 2011 sur les deux cibles.

³ Le *time shifting* ou décalage temporel est un procédé de gestion d'enregistrement vidéo et audio (*podcast*) sur un support de stockage numérique permettant de retrouver un programme venant d'être enregistré avec un léger différé.

Régie publicitaire ⁴

A fin septembre 2011, les investissements publicitaires plurimédias bruts (incluant internet) sont en hausse de 6,4 % à 18,8 milliards d'euros (+ 1,1 milliard d'euros), soutenue principalement par la croissance du média télévision qui participe à hauteur de 43,8 % à cette croissance.

La **télévision** (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite) est le premier média investi avec une part de marché de 31,7 %, soit + 0,8 point en un an, et des recettes brutes de 6,0 milliards d'euros à fin septembre 2011, en croissance de 9,1 %.

Les investissements sur la TNT gratuite continuent de croître fortement (+ 33,6 % à 1,6 milliard d'euros).

La **presse** reste le deuxième média investi en France, avec des recettes brutes de 5,3 milliards d'euros, en hausse de 4,5 %, à fin septembre 2011.

Sur les neuf premiers mois de 2011, les recettes publicitaires brutes de la **chaîne TF1** sont quasiment stables (- 0,2 % par rapport à la même période 2010), avec un premier trimestre à + 3,3 %, un deuxième trimestre à + 1,0 % et un troisième trimestre en retrait de - 5,6 %. La part de marché publicitaire brute de TF1 s'établit à 37,4 % sur l'univers de l'ensemble des chaînes.

L'évolution des investissements bruts par secteurs sur la chaîne est contrastée du fait d'un fléchissement de l'activité économique et d'un recul de la consommation des ménages.

Les secteurs en progression par rapport aux neuf premiers mois 2010 sont :

- « hygiène-beauté » (+ 7,8 %) ;
- « automobile » (+ 5,8 %) ;
- « services financiers » (+ 2,7 %) ;
- « distribution » (+ 8,1 %) ;
- « voyage-tourisme » (+ 25,3 %).

Sur cette même période, certains secteurs sont en recul :

- « alimentation » (- 5,4 %) ;
- « entretien » (- 14,6 %) ;
- « télécommunication » (- 12,4 %) ;
- « édition » (- 18,2 %) ;
- « santé » (- 4,7 %).

Au cours des neuf premiers mois de l'année 2011, le volume de durée de publicité diffusée est en retrait après une forte croissance sur la même période de l'an dernier. Le troisième trimestre 2011 affiche une durée de publicité diffusée en très forte baisse alors que le premier semestre 2011 avait enregistré un léger retrait des volumes publicitaires.

⁴ Source : Kantar Media Intelligence

Dans un contexte macroéconomique incertain, les annonceurs sont attentistes et leurs dépenses publicitaires plus volatiles.

La régie publicitaire de TF1 s'appuie sur les nouveaux modes de commercialisation qu'elle a lancés et s'adapte aux différentes situations de marché grâce à des leviers de négociation plus nombreux et à une meilleure maîtrise de l'inventaire.

A fin septembre 2011, le chiffre d'affaires publicitaire net de la chaîne TF1 s'établit à 1 054,4 millions d'euros en retrait de 1,6 %, soit - 16,7 millions d'euros. Le chiffre d'affaires du troisième trimestre 2011 s'établit à 296,6 millions d'euros, en recul de 3,2 % par rapport au troisième trimestre 2010.

Coupe du Monde de Rugby 2011⁵

Au cours des troisième et quatrième trimestres 2011, TF1 a diffusé la Coupe du Monde de Rugby, événement majeur pour le Groupe. Tout au long de cette compétition, le groupe TF1 a réalisé d'excellentes performances et de nombreux records sur les différents canaux.

La **chaîne TF1** a rassemblé en moyenne, sur l'ensemble des vingt affiches, 4,2 millions de téléspectateurs pour 51 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

En moyenne, les six rencontres du XV de France diffusées sur TF1 ont réuni 8,9 millions de téléspectateurs, soit 69 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Les parts d'audience enregistrées sur les autres cibles sont également élevées avec en moyenne 59 % pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et 79 % sur les Hommes de 15 - 49 ans.

L'ensemble des 20 matches ont été suivis en moyenne par 4,2 millions de téléspectateurs soit 51 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

La finale France/Nouvelle-Zélande diffusée le 23 octobre réalise le record d'audience de la compétition et de l'année toutes chaînes confondues en réunissant 15,4 millions de téléspectateurs, soit 82 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. C'est également la meilleure audience toutes chaînes et tous programmes confondus depuis 2007.

Cette finale a fédéré un large public avec 89 % de part d'audience sur les Hommes âgés de 15 - 49 ans et 75 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Elle représente la troisième meilleure

audience pour un match de rugby depuis la création du Médiamat.

Le Mag' de la Coupe du Monde de Rugby atteint un record d'audience le 15 octobre après France / Pays de Galles avec 6,3 millions de téléspectateurs soit 51 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. En moyenne, le magazine a rassemblé 1,9 million de téléspectateurs soit 29 % de part d'audience sur cette même cible et 41 % de part d'audience sur les Hommes âgés de 15 - 49 ans.

Un dispositif a été mis en place sur l'ensemble des supports **MYTF1**, qui offrait tous les matches de la Coupe du Monde de Rugby 2011, la *catch-up* des 48 matches, des contenus vidéo exclusifs, de nombreux articles et dossiers autour de l'événement.

Le site officiel de la Coupe du Monde de Rugby, déployé conjointement par TF1 et Eurosport, enregistre 14 millions de visites et plus de 40 millions de pages vues.

Le site proposait également de regarder en *live* les vingt matches diffusés sur TF1 avec un *player* innovant permettant le contrôle du direct ainsi que le *Cover it live* avec des animations éditoriales.

Ces fonctionnalités innovantes de *Social TV* ont été utilisées par plus d'un internaute sur deux. Au global, plus de 2,3 millions de sessions *live* ont été enregistrées.

Les vidéos et les résumés des matches ont également été plébiscités par les spectateurs.

La stratégie 360 déployée autour de l'évènement a été un réel succès.

En termes financiers, la Coupe du Monde de Rugby aura, sur l'exercice 2011, un impact sur le coût de grille de la chaîne TF1 de 24,3 millions d'euros (incluant les droits et les coûts de production) pour la diffusion de 20 matches, soit un coût moyen par match de 1,2 million d'euros contre 2,5 millions d'euros en 2007. A fin septembre 2011, l'impact de cette compétition sur le coût de grille de la chaîne TF1, incluant les droits et les coûts de production au titre des matches diffusés jusqu'au 30 septembre 2011, s'élève à 13,3 millions d'euros.

La revente d'une partie des droits à France Télévisions et Canal +, pour 13,0 millions d'euros, a également entraîné la comptabilisation au 30 septembre 2011 d'une moins-value de cession qui avait été intégralement provisionnée au quatrième trimestre 2010.

⁵ Source : Médiamétrie – Médiamat crée en 1989
Source : eStat Streaming TV

1.2. Téléshopping

Sur les neuf premiers mois 2011, le chiffre d'affaires de Téléshopping s'élève à 75,5 millions d'euros, contre 78,0 millions d'euros un an plus tôt, soit un recul de 3,2 %. Cette évolution s'explique principalement par un recul de l'activité de l'enseigne principale, ainsi que par une baisse de l'activité *Infomercials* dont le recul des commandes en valeur n'est pas entièrement compensé par la hausse constatée des volumes. Le succès de Place des Tendances se confirme quant à lui, avec un nombre de clients multiplié par deux sur douze mois et un taux de transformation en forte progression.

Le résultat opérationnel courant du pôle Téléshopping sur les neuf premiers mois 2011 est de 1,8 million d'euros, en recul de 3,2 millions d'euros, la baisse de l'activité de l'enseigne et des *Infomercials* étant en partie compensée par l'amélioration relative des résultats de Place des Tendances.

1.3. Chaînes thématiques ⁶

Dans un contexte où l'extinction du signal analogique devient pratiquement généralisée, la quasi-totalité des foyers français reçoit désormais 18 chaînes ou plus. La part d'audience des chaînes de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) gratuite poursuit ainsi sa hausse pour s'élever à 23,0 % à fin septembre 2011 (Individus âgés de 4 ans et plus), contre 19,4 % à fin septembre 2010.

Les chaînes payantes réalisent une part d'audience de 11,7 % à fin septembre 2011 sur les Individus âgés de 4 ans et plus, en retrait de 0,6 point sur un an.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques du Groupe pour les neuf premiers mois de 2011 s'établit à 225,6 millions d'euros, soit une hausse de 56,5 millions d'euros (+ 33,4 %) en un an, notamment du fait de la consolidation de TMC et NT1 à 100 % à compter du 1^{er} juillet 2010. L'effet de périmètre lié aux quotes-parts acquises dans TMC et NT1 représente ainsi 47,9 millions d'euros à fin septembre 2011. A périmètre comparable, le chiffre d'affaires des chaînes thématiques est en hausse de 5,1 % sur les neuf mois. La croissance est tirée par les performances de l'ensemble des chaînes, à l'exception de TF6, qui affiche un léger retrait.

⁶ Sources : Médiamat / Médiaplanning
MédiamatThématik - vague 21 versus vague 20

Les recettes publicitaires des chaînes thématiques sont en hausse de 53,6 millions d'euros, à 132,1 millions d'euros.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 31,1 millions d'euros sur les neuf premiers mois 2011, en croissance de 12,7 millions d'euros. Le résultat opérationnel du Groupe intègre 13,4 millions d'euros au titre de l'intégration des quotes-parts acquises dans TMC et NT1. Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 13,8 % contre 10,9 % un an plus tôt. Cette rentabilité est soutenue par la croissance des recettes de ces chaînes, par les excellents résultats de TMC et NT1 et par une gestion rigoureuse.

TMC

A fin septembre 2011, TMC affiche une part d'audience de 3,5 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (contre 3,2 % un an plus tôt, soit + 9 %) et de 3,9 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (contre 3,5 % un an plus tôt soit + 11 %).

Sur les neuf mois, la chaîne reste leader des chaînes de la TNT et confirme son statut de cinquième chaîne nationale (Individus âgés de 4 ans et plus).

Sur le *prime time*, la chaîne atteint 900 000 téléspectateurs en moyenne, (+ 100 000 téléspectateurs sur un an) et a diffusé 107 programmes réunissant plus de 1 million de téléspectateurs (contre 43 sur la même période 2010).

Trois films ont affiché 2 millions de téléspectateurs en 2011 (*L'Arme Fatale 4*, *Dirty Dancing* et *Transformers*). Elle obtient 42 des 100 meilleures audiences de la TNT gratuite grâce à une programmation forte en cinéma, magazines, divertissements et fictions françaises ou séries américaines.

NT1

A fin septembre 2011, NT1 affiche une part d'audience de 1,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (contre 1,5 % un an plus tôt, soit + 20 %) et de 2,3 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, en forte progression sur un an (contre 1,4 %, soit + 64 %). La chaîne enregistre la plus forte progression des chaînes de la TNT sur la cible des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Cette croissance sur la cible publicitaire majeure reflète notamment le renforcement de la grille et le travail conjoint avec les équipes de programmation du Groupe.

La chaîne rassemble en moyenne 500 000 téléspectateurs en *prime time* (+ 100 000 téléspectateurs sur un an), avec 4 programmes à plus de 1 million de téléspectateurs, dont le film *Shooter, Tireur d'Elite*, nouveau record de la chaîne à plus de 1,5 million de téléspectateurs.

Eurosport France

Au 30 septembre 2011, la chaîne Eurosport France enregistre une croissance de son nombre d'abonnés payants à 7,6 millions contre 7,5 millions un an plus tôt. Elle est soutenue par le développement en Suisse et en Belgique francophone.

Après une année 2010 riche en événements sportifs appréciés par les annonceurs, les recettes publicitaires sont en baisse, mais ce recul est compensé par la hausse des recettes d'abonnement.

Le renchérissement du coût de grille de la chaîne est à la fois lié au renforcement éditorial décidé en début d'année, mais aussi à une utilisation plus intensive du catalogue de droits. Ces dépassements sont partiellement compensés par l'absence en 2011 de certains droits spécifiques majeurs diffusés en 2010.

TV Breizh

Sur le premier semestre 2011, TV Breizh devient première chaîne payante du câble et du satellite sur les Individus âgés de 4 ans et plus (abonnés à une offre payante) et confirme son leadership sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (abonnées à une offre payante) avec respectivement sur ces deux cibles des parts d'audience de 1,3 % et de 1,8 %. L'évolution est de respectivement + 0,1 point et + 0,2 point. Ces performances d'audience ont été portées par une programmation familiale et attractive avec des films américains (l'intégrale de *L'Arme Fatale*, *Jurassic Park...*), des séries américaines et des fictions françaises réunissant plus de 200 000 téléspectateurs.

Dans un contexte économique et concurrentiel tendu, TV Breizh maintient une bonne rentabilité.

LCI

Le repositionnement éditorial de LCI, lancé en 2010, lui permet d'augmenter fortement ses audiences sur les Individus CSP+ abonnés à une offre payante avec 1,0 % de part d'audience sur le câble et le satellite au premier semestre 2011. La chaîne gagne 0,2 point (Individus CSP+ en progression de + 36 %) par rapport à la période précédente et atteint ainsi la quatrième place dans le classement des chaînes payantes.

LCI voit ses audiences progresser fortement de + 55 % en un an (Individus âgés de 4 ans et plus abonnés à une offre payante).

LCI, chaîne d'information de référence reconnue comme telle par les annonceurs voit ses recettes publicitaires augmenter à fin septembre 2011 tandis qu'un effort maintenu d'optimisation de coûts permet de poursuivre l'amélioration du résultat opérationnel courant.

Pôle Découverte

A fin septembre 2011, les chaînes du Pôle Découverte affichent de performances, tant en termes d'activité que de résultat.

Histoire poursuit sa politique éditoriale et de rayonnement de sa marque. Ushuaïa TV renforce sa programmation de contenus événementiels en qualité HD. Enfin, Stylia, dont le lancement a été effectué en octobre 2010, continue sa politique éditoriale haut de gamme et le développement de sa marque.

TF6 et Série Club

Sur les neuf premiers mois 2011, les revenus de TF6 sont en léger retrait tandis que ceux de Série Club sont stables. Ces chaînes, détenues à part égale par M6 et TF1, subissent l'accroissement de la concurrence. Elles poursuivent leur travail sur les charges.

1.4. TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre, sur les neuf premiers mois de l'année 2011, un chiffre d'affaires de 26,6 millions d'euros, en croissance de + 12,2 % par rapport aux neuf premiers mois de l'année précédente.

L'amélioration de l'activité conjuguée à une diminution des charges d'exploitation, notamment sur l'édition, se traduit par une forte hausse du résultat opérationnel courant de TF1 Entreprises qui ressort à 3,3 millions d'euros, contre

1,4 million d'euros à fin septembre 2011, soit une amélioration de + 1,9 million d'euros. Le taux de marge opérationnelle courante ressort à 12,4 %.

Musique

Après une année 2010 couronnée de succès pour les partenariats musicaux, l'année 2011 poursuit cette tendance avec les performances sur les neuf mois 2011 des albums de Zaz (519 000 exemplaires vendus), de Nolwenn Leroy (720 000 exemplaires vendus), ou encore de Johnny Hallyday (345 000 exemplaires vendus). Au deuxième trimestre, Les Prêtres ont sorti un second album *Gloria* qui a connu un très net succès avec d'ores et déjà 369 000 exemplaires écoulés. Leur premier album *Spiritus Dei* continue d'enregistrer des ventes (148 000 exemplaires vendus).

Les toutes premières représentations de la nouvelle comédie musicale *Dracula* ont également eu lieu au cours du troisième trimestre 2011.

Enfin, la tournée de la comédie musicale *Mozart, l'Opéra Rock* a été un triomphe pour ses dernières représentations. Elle totalise 1,3 million de billets vendus depuis le début du spectacle.

Licences

Sur les neuf premiers mois de 2011, l'activité Licences continue de se développer avec entre autres :

- des performances de la licence *Ushuaïa* ;
- la sortie du livre *Masterchef « Les Meilleures Recettes d'Anne »* ;
- l'anniversaire de la création de Babar ;
- la signature du contrat d'agent de Franklin ;
- l'obtention de la licence d'agent de la marque Gogo's.

Jeux

Au cours des neuf premiers mois 2011, TF1 Entreprises / Dujardin a lancé en partenariat avec la Française des Jeux un ticket FDJ-*Mille Bornes* dont 22 millions de tickets ont été écoulés en 6 mois. Les volumes vendus s'inscrivent en nette hausse, notamment grâce à la poursuite du développement des gammes *Mille Bornes* et *Le Cochon qui Rit*.

Autres

La performance de l'activité Automotocompare.fr, lancée au troisième trimestre 2010, contribue également à la hausse du chiffre d'affaires du pôle et à sa rentabilité.

1.5. Production

Le chiffre d'affaires de l'activité Production est en croissance sur les neuf premiers mois de l'année 2011 à 15,6 millions d'euros (+ 20,0 %). Le résultat opérationnel courant s'établit à 3,1 millions d'euros, soit une augmentation de + 1,8 million d'euros.

TF1 Films Production⁷

La fréquentation cinématographique atteint 146,5 millions d'entrées sur les neuf premiers mois de l'année 2011, soit 2,2 % de moins que sur la période janvier-septembre 2010.

La part de marché des films français est estimée à 33,4 % sur les neuf premiers mois de l'année 2011, quasi-stable par rapport à la même période en 2010 (33,1%).

Dans un contexte général pourtant difficile, TF1 Films Production a coproduit dix-sept films sortis en salles au 30 septembre 2011 (contre huit sorties en salles au 30 septembre 2010). Neuf de ces films ont dépassé le million d'entrées au 30 septembre 2011 : *Rien à Déclarer* (8,1 millions d'entrées), *Case départ* (1,8 million d'entrées), *Les Tuche* (1,5 million d'entrées), *L'élève Ducobu* (1,5 million d'entrées) *Largo Winch 2* (1,4 million d'entrées), *La Fille du Puisatier* (1,4 million d'entrées), *Le Fils à Jo* (1,2 million d'entrées), *La Chance de ma Vie* (1,0 million d'entrées), *Sans Identité* (1,0 million d'entrées).

TF1 Production

A fin septembre 2011, le chiffre d'affaires de TF1 Production est en croissance. Son résultat opérationnel est également en hausse grâce à une bonne maîtrise de ses coûts.

Sur les neuf premiers mois de l'année, TF1 Production a notamment produit *Danse avec les Stars*, émission ayant rencontré un franc succès (32 % de part d'audience moyenne sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats), les magazines liés à la Coupe du Monde de Rugby, ainsi que des magazines pour TMC

⁷ Source : Ecran Total – septembre 2011 et CNC

(notamment 90' enquêtes) et NT1 et a géré la tournée *Spiritus Dei*.

1.6. e-TF1 ⁸

Le chiffre d'affaires du pôle e-TF1 s'élève à 58,6 millions d'euros (+ 7,7 %). La baisse de l'interactivité, résultant d'un effet de programmation, est compensée par le déploiement de la plateforme MYTF1 chez les quatre principaux fournisseurs d'accès à Internet et par le succès de la publicité autour des vidéos en ligne. À fin septembre 2011, 908 millions de vidéos gratuites ont été vues sur les sites du Groupe. 405 millions de vidéos ont été vues en *catch-up*, soit 98 millions de plus que sur la même période de l'année 2010.

La croissance de l'activité, la maîtrise des charges, l'amélioration de la rentabilité de WAT et la signature de nouveaux accords avec les opérateurs pour MYTF1 ont entraîné l'amélioration de + 3,6 millions du résultat opérationnel courant à 5,4 millions d'euros.

1.7. Divers ⁹

Sur les neuf premiers mois de l'année 2011, le chiffre d'affaires de l'activité Divers s'élève à 33,5 millions d'euros contre un chiffre d'affaires de 47,2 millions d'euros un an auparavant. Le chiffre d'affaires 2011 intègre les revenus liés à la revente des droits de la Coupe du Monde de Rugby 2011, intervenue au troisième trimestre, pour 13,0 millions d'euros contre une revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 pour 33,0 millions d'euros au deuxième trimestre 2010. Hors impact des droits sportifs, la hausse du chiffre d'affaires de l'activité Divers s'explique par :

- l'augmentation de la commission liée à l'activité Radio. Il convient de noter la performance réalisée par le GIE Les Indés Radios dont l'offre demeure leader sur la cible des 25-49 ans et touche 8,0 millions d'auditeurs par jour ;
- le chiffre d'affaires de Metro France comptabilisé à 100 % depuis sa prise de contrôle le 28 juillet 2011.

Le résultat opérationnel courant est de 15,2 millions d'euros, soit une hausse de + 1,7 million d'euros en un an.

⁸ Source : eStat Streaming TV

⁹ Source : Médiamétrie 126 000 Radio – avril-juin 2011 – Lundi - Vendredi - 05h-24h – Cible 25-49 ans

2. Droits Audiovisuels

Le chiffre d'affaires du pôle Droits Audiovisuels s'élève à 73,1 millions d'euros pour les neuf premiers mois 2011, soit une baisse de 9,2 millions d'euros par rapport à l'année précédente.

Le résultat opérationnel courant ressort en forte baisse à - 25,6 millions d'euros contre une perte opérationnelle de - 8,0 millions d'euros un an plus tôt.

2.1. Catalogue

Ce pôle enregistre un chiffre d'affaires de 22,2 millions d'euros, contre 31,0 millions d'euros un an plus tôt. Cette évolution s'explique par la baisse du chiffre d'affaires de TF1 Droits Audiovisuels, résultant d'un partage des revenus dans le cadre d'un accord signé avec UGC, par le retraitement en mouvement intra-groupe des ventes des produits de catalogue réalisées auprès de TMC et NT1 ainsi que par la cession du catalogue TCM DA le 19 avril 2011.

A fin septembre 2011, le résultat opérationnel courant ressort à - 21,8 millions d'euros, l'intégralité de la charge relative au litige *Miracle à Santa Anna* ayant été reclassée dans ce Pôle, à la suite de la finalisation de la médiation intervenue le 25 juillet 2011.

2.2. TF1 Vidéo

Le chiffre d'affaires de l'activité Vidéo est en retrait de 0,8 % à 50,9 millions d'euros. Dans un contexte de forte érosion des prix, cette quasi-stabilité s'explique, d'une part, par le succès des ventes de DVD des spectacles de Jamel Debbouze et *Motherfucker* de Florence Foresti, des films *Elle s'appelait Sarah* et *L'assaut* ou du coffret *Millenium, tomes 1 à 3* et d'autre part, par la progression de l'activité VOD (+ 23 % en valeur).

Ce léger retrait de chiffre d'affaires est compensé par la baisse des frais généraux permettant au résultat opérationnel courant de s'établir à - 3,8 millions d'euros, soit une amélioration de + 5,3 millions d'euros par rapport aux neuf premiers mois 2010.

3. Antennes Internationales

Le chiffre d'affaires du groupe Eurosport International est en baisse de 4,5 millions d'euros (- 1,6 %) à 269,7 millions d'euros à fin septembre 2011. Les recettes d'abonnement progressent de 3,0 % tandis que le chiffre d'affaires publicitaire recule de 10,6 % à 49,7 millions d'euros. Cette baisse s'explique principalement par l'absence des grands événements sportifs tels que la Coupe du Monde de la FIFA 2010, des Jeux Olympiques et de la Coupe d'Afrique des Nations diffusés lors des neuf premiers mois 2010.

Le résultat opérationnel courant est en progression de 1,0 million d'euros à 44,5 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante de l'activité Eurosport International est de 16,5 %, soit une amélioration de 0,6 point par rapport à la même période 2010. Cette dernière provient de la maîtrise des charges du Groupe et du nombre moins important d'événements sportifs forts.

La forte baisse des audiences de la chaîne Eurosport International au premier trimestre 2011 liée à l'absence des grands événements diffusés en 2010 a été en partie compensée lors des deux trimestres suivants notamment grâce au cyclisme et au tennis.

Au total, l'audience moyenne est en recul de 4,0 % au 30 septembre 2011, dans un contexte marqué par la concurrence accrue des chaînes de sport et de certaines chaînes généralistes nationales.

Eurosport 2 connaît quant à elle un bond d'audience de + 48 % et participe au maintien de l'audience globale des chaînes.

Les audiences Internet restent dynamiques et placent Eurosport au premier rang européen des réseaux sportifs. Avec 14 déclinaisons locales de son site Internet dans le monde, le réseau Eurosport attire une moyenne journalière de 2,7 millions¹⁰ de visiteurs uniques à fin septembre 2011, soit une augmentation de 14 % par rapport à fin septembre 2010.

Au 30 septembre, la chaîne Eurosport est reçue par 125,3 millions de foyers en Europe (+ 4,0 millions par rapport à fin septembre 2010).

Les abonnés payants d'Eurosport International augmentent ainsi de 5,7%, la croissance reposant principalement sur l'Europe de l'Est et sur la Turquie.

La croissance de la chaîne Eurosport 2 (+ 6,6 millions d'abonnés) et Eurosport 2 HD

(+ 0,7 million d'abonnés) est également soutenue par les bonnes performances enregistrées dans les pays méditerranéens et en Scandinavie. Eurosport 2 a dépassé le cap des 50 millions de foyers, grâce à la qualité des programmes de la chaîne et la couverture experte des sports collectifs ou de nouvelle génération.

Le succès de la chaîne Eurosport HD (+ 4,2 millions d'abonnés) confirme l'attractivité commerciale de la haute-définition.

4. Activités Diverses

Au cours des neuf premiers mois 2011, le Groupe a continué la rationalisation de ses activités de diversification. Ainsi, le 4 février 2011, TF1 a cédé l'ensemble de sa participation dans 1001 Listes au groupe Galeries Lafayette.

Le 2 mai 2011, TF1 a également cédé 100 % des titres de sa société de jeux et de paris en ligne (SPS) à la société Solfive dont l'un des associés est le Directeur général de SPS.

Le chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois de l'année 2011 pour SPS est de 1,5 million d'euros contre 0,7 million d'euros un an plus tôt. 1001 Listes avait réalisé 2,9 millions d'euros de chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois de l'année 2010.

Au total, la perte opérationnelle des Activités Diverses s'élève à 11,0 millions d'euros, contre 8,1 millions d'euros un an plus tôt.

5. Evènements survenus depuis la clôture

Il n'y a aucun évènement postérieur à la clôture à signaler.

¹⁰ Source : NedStats visiteur unique cookies

6. Responsabilité Sociétale de l'entreprise

Evaluations externes de la démarche

TF1 intègre les indices DJSI World Index et Europe Index : TF1 est notamment le seul groupe média français présent dans la sélection finale 2011 de l'indice indices DJSI (Dow Jones Sustainability Index) World Index. Réalisée par l'agence de notation SAM (Sustainable Asset Management), l'étude menée pour intégrer l'indice a concerné 2 500 entreprises dans 22 pays pour en retenir 350, dont 25 françaises.

TF1 dans le Top 10 de la diversité en entreprise : Vigeo place quatre entreprises françaises dont TF1 dans le Top 10 des entreprises européennes les plus vertueuses en matière de lutte contre les discriminations et d'égalité des chances. Réalisée pour le Bureau international du travail (BIT), cette étude portant sur la non-discrimination et l'égalité des chances au travail a analysé les performances de 539 sociétés de l'Euro Stoxx 600 représentant plus de 80 % du marché européen.

Contenus et publicité

Opération SOS Villages : du 26 septembre au 17 Octobre, TF1, LCI et le site TF1 News se sont mobilisés pour relancer le commerce dans les villages. Déjà mise en place une première fois en 1993, l'opération SOS Villages a pour but de mettre en contact des personnes voulant vendre un commerce avec des acheteurs potentiels et redynamiser ainsi des villages qui s'éteignent peu à peu.

La quatrième édition de la « Semaine pour l'Emploi », menée par les rédactions du Groupe du 2 au 8 mai 2011, a permis de signer 2 500 contrats dont 1 635 CDI au 30 septembre 2011. Depuis la première opération en novembre 2009, environ 10 000 contrats ont été signés.

Enfin, TF1 Publicité offre aux annonceurs la possibilité de valoriser les produits de la consommation durable grâce au dispositif d'un tag apposé sur le spot qui renvoie sur le site TF1Conso.fr. Le téléspectateur/consommateur trouve, sur ce site, une information additionnelle sur l'impact social et environnemental du produit et des contenus éditoriaux.

Volet social et solidaire

Le Groupe a signé un nouvel accord sur la politique en faveur des personnes handicapées. Conclu avec quatre organisations syndicales et agréé par les pouvoirs publics (la DIRECCTE), cet accord triennal poursuivra les actions amorcées

dans trois directions : plan d'embauche volontariste, maintien de l'emploi des collaborateurs en situation de handicap, sous-traitance d'activités aux secteurs protégé et adapté.

Volet environnemental

Les tournages de TF1 Production passés au crible d'Ecoprod : TF1 Production a donné le feu vert pour mesurer et alléger l'empreinte écologique de la série *RIS*. Grâce aux outils développés par le collectif Ecoprod dont TF1 est fondateur, un bilan carbone prévisionnel a été réalisé : le tournage d'un épisode émet en moyenne 26 Tonnes de CO₂. En extérieur et en studio, un consultant examine poste à poste avec les professionnels concernés toutes les sources d'émissions de GES. Les bonnes pratiques identifiées seront ensuite appliquées aux autres productions.

Un système de collecte des mobiles personnels obsolètes est désormais proposé aux collaborateurs. Les téléphones collectés seront reconditionnés ou recyclés par les Ateliers du Bocage, acteur de l'économie sociale et solidaire qui participe à la création et au maintien de l'emploi de personnes en difficulté. Une filière de recyclage des CD et DVD a également été mise en place sur les sites du Groupe.

Achats Responsables

La Direction des Achats a signé « la Charte des Achats Responsables » destinée aux grands donneurs d'ordres des PME-TPE, proposée par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

Dans le cadre des Achats Responsables et du Plan de Déplacement de l'Entreprise, un dispositif d'auto-partage de voitures électriques est désormais en place à TF1 pour les déplacements professionnels. Trois véhicules pour le groupe (C0 et Smart) sont à disposition d'un groupe d'utilisateurs pilote.

7. Point social

Au 30 septembre 2011, le groupe TF1 compte 3 801 collaborateurs contre 3 767 un an plus tôt. Au 31 décembre 2010, les effectifs du Groupe étaient de 3 798 personnes.

Les principaux mouvements depuis septembre 2010 sont liés à la cession de SPS et 1001 Listes, et à l'intégration de Metro France.

8. Performances boursières

Au 30 septembre 2011, l'action TF1 clôture à 9,38 euros, soit une baisse de 17,9 % par rapport au 30 septembre 2010.

Le CAC 40 et le SBF 120 connaissent sur cette même période une baisse de respectivement 19,7 % et 17,6 %.

Enfin, le CAC Média baisse de 12,2 % sur un an.

Au cours des neuf premiers mois de l'année, l'action recule de 27,8 %, à comparer à une baisse de 21,6 % pour le CAC 40 et de 20,3 % pour le SBF 120. L'indice CAC Média recule de 12,2 %.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 30 septembre 2011, de 2,0 milliards d'euros contre 2,4 milliards à fin septembre 2010.

9. Annulation d'actions auto-détenues

Le Conseil d'Administration a décidé l'annulation de 2 388 600 actions, dont 2 373 975 actions acquises en 2011. Après cette annulation, le nombre d'actions et le nombre de droits de vote s'élèvent à 211 030 203. Le montant du capital est de 42 206 040,60 euros.

Perspectives

Les incertitudes économiques actuelles nous conduisent à rester prudents et nous anticipons un chiffre d'affaires consolidé en recul d'environ 1 % pour l'année 2011.

Facteurs de risques

A la connaissance de la société et du Groupe, aucun nouveau facteur de risque ou nouveau litige pris individuellement, 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 17 mars 2011 auprès de l'AMF (n°11-0145). Ces principaux risques sont présentés aux pages 72 à 78.

Les contrats de distribution des chaînes payantes arrivant à échéance au 31 décembre 2011, ces chaînes ont lancé le 18 avril 2011 une consultation auprès de l'ensemble des distributeurs du marché pour recueillir leurs propositions de reprise des chaînes. Des discussions sont toujours en cours.

Il est rappelé qu'un différend opposait TF1 Droits Audiovisuels aux sociétés On My Own et BNP, ainsi qu'à Messieurs Spike Lee et Jeremy Mc Bride, au titre de la distribution du film *Miracle à Santa Anna*. L'ensemble des Parties à l'instance judiciaire est parvenu à trouver un accord

transactionnel mettant fin définitivement à ce contentieux.

Au sujet des contentieux relatifs aux émissions de télé-réalité, la Cour d'Appel de Versailles s'est désormais déterminée, (i) à la fois sur des prétentions de candidats dont l'action «salariale» était prescrite (arrêts du 9.11.2010), en leur octroyant des dommages et intérêts eu égard au préjudice qu'ils auraient subi du fait des conditions dans lesquelles s'était déroulé l'enregistrement du programme, arrêts contre lesquels TF1 Production a décidé de former un pourvoi, (ii) mais également pour des candidats dont l'action «salariale» n'est pas prescrite, (arrêts du 5.04.2011), la Cour d'appel ayant confirmé la requalification en contrat de travail et alloué aux candidats, des rappels de salaire et des dommages et intérêts pour des montants compris entre 15 000 et 17 000 euros, tout en rejetant à la fois le statut d'artistes interprètes aux participants, ainsi que toute notion de « travail dissimulé ». TF1 SA est de son côté mise hors de cause, certains candidats étant condamnés à lui verser une somme au titre de l'article 700 du NCPC. Un pourvoi a été également formé contre ces décisions.

Comptes consolidés au 30 septembre 2011

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

Bilan Consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2011.09	2010.12	2010.09
Goodwill		875,0	883,5	905,8
Immobilisations incorporelles		137,8	147,4	162,0
Droits audiovisuels		69,7	77,5	89,3
Autres immobilisations incorporelles		68,1	69,9	72,7
Immobilisations corporelles		175,6	186,1	189,0
Participations dans les entreprises associées	5	1,5	13,9	18,6
Actifs financiers non courants		185,3	181,2	177,3
Actifs d'impôt non courants		0,8	2,6	13,1
Total actifs non courants		1 376,0	1 414,7	1 465,8
Stocks et en-cours		655,0	631,4	665,0
Programmes et droits de diffusion		640,9	617,7	648,1
Autres stocks		14,1	13,7	16,9
Clients et autres débiteurs		1 106,4	1 227,3	1 060,3
Actifs d'impôt courants		-	7,6	-
Autres actifs financiers courants	7	3,4	4,4	3,6
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7	107,7	39,3	534,0
Total actifs courants		1 872,5	1 910,0	2 262,9
Actifs en cours de cession		-	-	-
TOTAL ACTIF		3 248,5	3 324,7	3 728,7
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		87,3	16,8	(8,3)

PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2011.09	2010.12	2010.09
Capital		42,7	42,7	42,7
Primes et réserves		1 354,7	1 267,9	1 264,8
Résultat consolidé de l'exercice		125,2	228,3	169,7
Total capitaux propres part du groupe		1 522,6	1 538,9	1 477,2
Intérêts minoritaires		11,1	8,7	8,1
Total capitaux propres		1 533,7	1 547,6	1 485,3
Emprunts non courants	7	13,6	16,1	17,3
Provisions non courantes		47,1	44,4	46,1
Passifs d'impôt non courants		9,4	11,0	12,5
Total passifs non courants		70,1	71,5	75,9
Dettes financières courantes	7	6,7	6,1	524,9
Fournisseurs et autres créditeurs		1 591,3	1 638,5	1 557,6
Provisions courantes		39,7	51,7	56,4
Passifs d'impôt courants		4,8	5,7	24,2
Autres passifs financiers courants		2,2	3,6	4,4
Total passifs courants		1 644,7	1 705,6	2 167,5
Passifs liés aux actifs en cours de cession		-	-	-
TOTAL PASSIF		3 248,5	3 324,7	3 728,7

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	30 septembre	30	3ème	3ème	Exercice
		2011	septembre	trimestre	trimestre	
			2010	2011	2010	2010
Recettes de publicité		1 267,2	1 226,9	362,0	362,0	1 793,3
- Antenne TF1		1 054,4	1 071,1	296,6	306,5	1 549,8
- autres supports		212,8	155,8	65,4	55,5	243,5
Recettes de la diversification hors publicité		571,6	599,1	199,2	179,4	829,1
Chiffre d'affaires		1 838,8	1 826,0	561,2	541,4	2 622,4
Autres produits de l'activité		0,4	-	0,4	(0,1)	-
Consommation de production externe		(485,1)	(456,2)	(173,0)	(153,8)	(664,5)
Autres achats consommés et variation de stocks		(315,7)	(417,6)	(120,0)	(96,3)	(517,7)
Charges de personnel		(311,8)	(305,7)	(101,4)	(94,2)	(434,9)
Charges externes		(333,4)	(339,6)	(111,9)	(111,5)	(502,2)
Impôts et taxes		(102,6)	(111,0)	(29,9)	(34,1)	(145,6)
Dotation nette aux amortissements		(57,1)	(66,0)	(16,6)	(20,9)	(90,5)
Dotation nette aux provisions		(4,5)	0,5	11,9	(12,5)	(14,5)
Autres produits d'exploitation		63,1	63,6	19,6	23,3	78,3
Autres charges d'exploitation		(96,6)	(69,1)	(31,3)	(20,8)	(100,4)
Résultat opérationnel courant		195,5	124,9	9,0	20,5	230,4
Autres produits opérationnels		-	95,9	-	95,9	102,0
Autres charges opérationnelles		-	-	-	-	(19,2)
Résultat opérationnel		195,5	220,8	9,0	116,4	313,2
Produits sur endettement financier	8	1,2	2,5	0,5	0,9	3,1
Charges sur endettement financier	8	(0,8)	(18,2)	(0,3)	(6,2)	(21,3)
Coût de l'endettement financier net		0,4	(15,7)	0,2	(5,3)	(18,2)
Autres produits financiers		2,6	0,7	1,8	(3,4)	2,4
Autres charges financières		(0,5)	(4,9)	1,3	(4,2)	(4,9)
Impôt		(57,7)	(38,0)	(4,6)	(7,7)	(68,9)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	5	(12,7)	7,2	(1,1)	0,4	5,7
Résultat net des activités poursuivies		127,6	170,1	6,6	96,2	229,3
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-	-	-	-
Résultat net		127,6	170,1	6,6	96,2	229,3
<i>attribuable au Groupe</i>		<i>125,2</i>	<i>169,7</i>	<i>6,6</i>	<i>95,5</i>	<i>228,3</i>
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>		<i>2,4</i>	<i>0,4</i>	<i>0,0</i>	<i>0,7</i>	<i>1,0</i>
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		212 917	213 396	212 917	213 396	213 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,59	0,80	0,03	0,45	1,07
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,58	0,79	0,03	0,44	1,06

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)

	30 septembre 2011	30 septembre 2010	Exercice 2010
Résultat net consolidé	127,6	170,1	229,3
Réévaluation des instruments dérivés de couverture*	(0,3)	2,4	3,7
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-	-
Réévaluation des immobilisations	-	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,1	0,1	0,4
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	-	2,4
Impôts nets sur opérations en capitaux propres	0,1	(0,7)	(2,0)
Quote-part des produits et charges des entités associées comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Autres variations nettes	-	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(0,1)	1,8	4,5
Total des produits et charges comptabilisés	127,5	171,9	233,8
<i>attribuable au Groupe</i>	125,1	171,5	232,8
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>	2,4	0,4	1,0

* Dont ajustements de reclassement inclus dans le résultat net : couverture de flux de trésorerie pour -2,7 M€.

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Notes	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 2010		42,7	2,8	(0,4)	1 490,3	3,5	1 538,9	8,7	1 547,6
Augmentation de capital (exercice de stock-options)		-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions		-	-	-	0,8	-	0,8	-	0,8
Rachat d'actions propres	6	-	-	(25,0)	-	-	(25,0)	-	(25,0)
Annulation d'actions propres		-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés		-	-	-	(117,2)	-	(117,2)	-	(117,2)
Autres opérations avec les actionnaires		-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé		-	-	-	125,2	-	125,2	2,4	127,6
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres		-	-	-	-	(0,1)	(0,1)	-	(0,1)
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2011		42,7	2,8	(25,4)	1 499,1	3,4	1 522,6	11,1	1 533,7

(en millions d'euros)	Note	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 2009		42,7	2,8	(0,4)	1 352,3	(1,0)	1 396,4	0,2	1 396,6
Augmentation de capital (exercice de stock-options)		-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions		-	-	-	1,1	-	1,1	-	1,1
Rachat d'actions propres		-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres		-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés		-	-	-	(91,8)	-	(91,8)	-	(91,8)
Autres opérations avec les actionnaires		-	-	-	-	-	-	7,5	7,5
Résultat net consolidé		-	-	-	169,7	-	169,7	0,4	170,1
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres		-	-	-	-	1,8	1,8	-	1,8
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2010		42,7	2,8	(0,4)	1 431,3	0,8	1 477,2	8,1	1 485,3

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	30 septembre 2011	30 septembre 2010	Exercice 2010
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)		127,6	170,1	229,3
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		57,5	59,8	107,7
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		32,5	36,1	74,9
<i>Immobilisations corporelles</i>		22,2	20,3	29,4
<i>Immobilisations financières</i>		-	2,0	1,8
<i>Provisions non courantes</i>		2,8	1,4	1,6
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(10,9)	(11,7)	(15,8)
Variations de juste valeur		(0,8)	(106,0)	(106,0)
Paiements fondés sur des actions		0,8	1,1	1,5
Résultat de cessions d'actifs		(1,9)	0,1	0,6
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes		12,7	(7,2)	(5,7)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		(0,4)	(0,1)	(1,5)
Sous-total		184,6	106,1	210,1
Coût de l'endettement financier net		(0,4)	15,7	18,2
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		57,7	38,0	68,9
Capacité d'autofinancement		241,9	159,8	297,2
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(51,0)	(2,5)	(52,7)
Variation du BFR lié à l'activité		58,4	106,3	56,9
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		249,3	263,6	301,4
Décassements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(24,1)	(36,2)	(51,0)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		2,3	1,5	2,6
Décassements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(5,2)	(6,0)	(6,6)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		-	-	-
Incidence des variations de périmètre		(6,5)	(195,8)	(192,9)
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		(5,4)	(204,6)	(201,7)
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		14,4	-	-
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		(15,5)	8,8	8,8
Dividendes reçus		0,4	0,2	1,5
Variation des prêts et avances consentis		(0,1)	0,3	0,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(33,2)	(236,0)	(245,9)
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		-	-	-
Rachats et reventes d'actions propres		(25,0)	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		(117,2)	(91,8)	(91,8)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		(0,1)	20,4	18,7
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(6,8)	(0,9)	(500,6)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		0,5	10,1	(11,6)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(148,6)	(62,2)	(585,3)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		67,5	(34,6)	(529,8)
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies		37,0	566,8	566,8
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		67,5	(34,6)	(529,8)
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies		104,5	532,2	37,0

Notes annexes aux états financiers consolidés

1. Faits marquants

1.1. Acquisition Metro

Le 30 juin 2011, le groupe TF1, actionnaire à 34,3 % depuis 2003, est entré en négociation exclusive avec le Groupe Metro International pour prendre le contrôle à 100 % de Metro France. L'incidence de cette négociation a été constatée dans les comptes du 30 juin 2011 au travers d'une dépréciation des titres Metro. (cf note 5 – participations dans les entreprises associées).

Le 28 juillet 2011, l'acquisition de 65,7 % complémentaires du capital de Metro a été finalisée sur la base d'un prix provisoire de 3,9 millions d'euros. Le goodwill, constaté dans les comptes au 30 septembre 2011 s'élève à 9,8 millions d'euros pour 100 % de la participation et est en cours d'affectation à cette date.

1.2. TF1 Droits audiovisuels – commercialisation du film « Miracle at Santa Anna »

Suite au jugement rendu en première instance le 21 juin 2011 qui condamnait TF1 Droits Audiovisuels à verser 32 millions d'euros au titre de différents préjudices, une médiation est intervenue entre les parties et a abouti le 25 juillet à un accord pour renoncer à tout recours contre TF1 en contrepartie du versement d'indemnités.

Pour mémoire, en octobre 2007, TF1 Droits audiovisuels a signé un accord pour la commercialisation sur les quatre principaux territoires européens (hors Italie) d'un film intitulé « Miracle at Santa Anna ». Fin 2008, TF1 Droits Audiovisuels a refusé la commercialisation du film, non conforme aux caractéristiques contractuelles, et a demandé la résiliation du contrat. Ce litige a été porté devant le Tribunal de Grande Instance de Paris.

Les conséquences financières de cet accord sont intégrées dans les comptes du Groupe depuis la clôture 30 juin 2011.

1.3. Cession de l'activité SPS

Le 8 avril 2011, le groupe TF1 a signé un protocole d'accord sur la cession de la totalité de sa participation dans le Groupe SPS (jeux et paris sportifs en ligne) à Solfive. La finalisation de cette cession est intervenue le 2 mai 2011 après l'obtention de l'accord de l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne sur le maintien de la licence d'opérateur octroyée à SPS le 7 juin 2010.

Dans les comptes consolidés du Groupe au 30 septembre 2011 :

- la perte opérationnelle constatée au titre de SPS jusqu'à cette cession s'élève à 11 millions d'euros incluant les coûts liés à la cession, à comparer au résultat opérationnel négatif de 7 millions d'euros constaté au 30 septembre 2010 incluant la réévaluation de la quote-part antérieurement détenue pour 6,1 millions d'euros ;
- le Groupe a constaté un produit d'impôt de 13,4 millions d'euros lié à la cession et comptabilisé dans le compte de résultat sur la ligne « impôt ».

Au 31 décembre 2010, la perte opérationnelle de l'activité SPS s'élevait à 29,7 millions d'euros, dont 23,6 millions de pertes opérationnelles courantes et 6,1 millions d'euros de pertes opérationnelles non courantes.

1.4. Cession de TCM DA et TCM Gestion

Le 19 avril 2011, le groupe TF1 a cédé au Groupe M6 la totalité de sa participation de 50 % détenue dans leur filiale commune de catalogue de droits TCM DA. La quote-part de pertes opérationnelles comptabilisée au titre des quatre mois est de 2,5 millions d'euros, incluant principalement une moins value de réévaluation des droits audiovisuels détenus.

1.5. Finalisation de la cession de 1001 Listes

La cession de 1001 Listes a été finalisée le 4 février 2011, sans impact significatif sur les comptes consolidés de la période (cf §3 - Variations significatives du périmètre de consolidation).

2. Principes et méthodes comptables

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

Les états financiers consolidés condensés au 30 septembre 2011 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales telles que définies par la norme IAS 34 et doivent donc se lire en complément des états financiers consolidés audités de l'exercice clos le 31 décembre 2010 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2010 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 17 mars 2011 sous le numéro D.11-0145.

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 intègrent également les recommandations de présentation du CNC n°2009-R-03 du 2 juillet 2009 en matière d'états financiers.

Ils sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été examinés par le Conseil d'Administration du 10 novembre 2011 et ont fait l'objet d'un examen limité par les Commissaires aux Comptes.

2.2. Nouvelles normes IFRS

2.2.1. Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union Européenne d'application obligatoire ou pouvant être appliqués par anticipation pour les exercices ouverts à compter du 1^{er} janvier 2011

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 septembre 2011, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2010, ou, le cas échéant, les nouvelles normes applicables au 1^{er} janvier 2011 telles que définies dans le tableau ci-dessous.

Norme	Date d'application		Incidences
	UE ⁽¹⁾	Groupe	
IAS 24 révisée - Informations relatives aux parties liées	19 juillet 2010	1 ^{er} janvier 2011	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 14 Amendement - Paiements anticipés des exigences de financement minimal	19 juillet 2010	1 ^{er} janvier 2011	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 19 Extinction de passifs financiers au moyen d'instruments de capitaux propres	23 juillet 2010	1 ^{er} janvier 2011	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS	19 février 2011	1 ^{er} janvier 2011	Sans incidence sur les comptes

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

Pour la clôture du 30 septembre 2011, le groupe TF1 a décidé de ne pas appliquer par anticipation les normes publiées par l'IASB, approuvées par l'Union Européenne et applicables par anticipation dès le 1^{er} janvier 2011.

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

Norme	Date d'application IASB*	Impacts Groupe attendus
IAS 27 : états financiers individuels	1 ^{er} janvier 2013	Sans incidence sur les comptes
IAS 28 : participations dans les entreprises associées et coentreprises	1 ^{er} janvier 2013	En cours d'évaluation
IFRS 9 : instruments financiers	1 ^{er} janvier 2013	En cours d'évaluation
IFRS 10 : états financiers consolidés	1 ^{er} janvier 2013	En cours d'évaluation
IFRS 11 : accords conjoints	1 ^{er} janvier 2013	En cours d'évaluation
IFRS 12 : informations à fournir sur les participations dans les autres entités	1 ^{er} janvier 2013	En cours d'évaluation
IFRS 13 : évaluation à la juste valeur	1 ^{er} janvier 2013	En cours d'évaluation
Amendement IFRS 7 : informations à fournir, transferts d'actifs financiers	1 ^{er} juillet 2011	Sans incidence sur les comptes
Amendement IAS 12 : impôt différés, recouvrement des actifs sous-jacents	1 ^{er} janvier 2012	Sans incidence sur les comptes
Amendement IFRS 1 : hyperinflation grave et suppression des dates d'application fixes pour les nouveaux adoptants	1 ^{er} juillet 2011	Sans incidence sur les comptes
Amendement IAS 1 : présentation des postes des autres éléments du résultat global (OCI)	1 ^{er} juillet 2012	Sans incidence sur les comptes
Amendement IAS 19 : Avantages du personnel	1 ^{er} juillet 2013	En cours d'évaluation

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

2.3. Changements de méthode comptable

En 2011, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 applicables à compter du 1^{er} janvier 2011 et qui sont sans incidence sur les comptes.

2.4. Recours à des estimations

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

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

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

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2010 et aux arrêts intermédiaires 2010 et 2011. A la date d'arrêt des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

2.5. Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les 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. Acquisition de Metro France Publications

Suite à l'acquisition de 65,7 % du capital de Metro France Publications auprès de Metro International le 28 juillet 2011, le groupe TF1 a pris le contrôle de cette entité. Dans les comptes consolidés au 30 septembre 2011, cette participation, antérieurement mise en équivalence, est consolidée en intégration globale à compter du 28 juillet 2011 (cf note 1 – faits marquants).

L'incidence de cette acquisition sur le compte de résultat consolidé n'est pas significative au 30 septembre 2011.

3.2. Cession de l'entité SPS

Suite à la cession le 2 mai 2011 de la totalité de la participation détenue par le groupe TF1 dans le Groupe SPS, ces sociétés ne sont plus incluses dans le périmètre de consolidation à compter de cette date.

3.3. Cession des sociétés TCM et TCM DA

Les participations de 50 % détenues dans les entités TCM DA et TCM Gestion ont été cédées le 19 avril 2011. Ces entités, qui étaient consolidées en intégration proportionnelle, sont déconsolidées à cette date (cf note 1 – faits marquants).

3.4. Cession de la société 1001 Listes

Suite à la finalisation de la cession le 4 février 2011, l'entité 1001 Listes et l'entité 1001 Listes Belgique sont déconsolidées au 1^{er} janvier 2011.

4. Secteurs opérationnels

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 décisionnaires 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 que 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 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 et notamment, depuis le 31 décembre 2010 et jusqu'à sa cession, la filiale SPS classée auparavant dans le secteur Antennes Internationales.

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 ⁽¹⁾		Total TF1	
	2011.09	2010.09	2011.09	2010.09	2011.09	2010.09	2011.09	2010.09	2011.09	2010.09
EXTRAIT DU COMPTE DE RESULTAT										
Chiffre d'affaires	1 494,5	1 465,9	73,1	82,3	269,7	274,2	1,5	3,6	1 838,8	1 826,0
Résultat opérationnel courant	187,6	97,5	(25,6)	(8,0)	44,5	43,5	(11,0)	(8,1)	195,5	124,9
Quote-part dans les résultats des entreprises associées ⁽²⁾	(3,0)	6,7	(0,3)	-	-	-	(9,4)	0,5	(12,7)	7,2

(1) Ce secteur comprend notamment en 2010 et 2011 le Groupe SPS, cédé en 2011 (cf note 1 – faits marquants)

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

- secteur "Antennes France" : en 2010, la quote-part de résultat revient principalement au Groupe AB ;
- secteur "Activités diverses" : la quote-part de résultat revient principalement à la société Metro France Publications.

Les actifs sectoriels au 30 septembre 2011 ne présentent pas de variations significatives par rapport au 31 décembre 2010. A noter que Metro France a été intégré dans le secteur Antennes France suite à la prise de contrôle de cette entité le 28 juillet 2011.

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⁾	WBTv	Metro France Publications ⁽²⁾	Autres	Total
Pays	France	Belgique	France	France	
31 décembre 2009	256,3	4,5	11,2	3,4	275,4
Quote-part de résultat	7,7	(1,0)	0,5	-	7,2
Provision pour dépréciation	-	-	-	-	-
Dividendes versés	(264,0)	-	-	-	(264,0)
Variation de périmètre	-	-	-	-	-
Autres	-	-	-	-	-
30 septembre 2010	-	3,5	11,7	3,4	18,6
31 décembre 2010	-	2,8	11,1	-	13,9
Quote-part de résultat	-	(3,0)	(1,5)	(0,3)	(4,8)
Provision pour dépréciation	-	-	(7,9)	-	(7,9)
Dividendes versés	-	-	-	-	-
Variation de périmètre	-	-	(1,7)	1,5	(0,2)
Autres	-	0,2	-	0,3	0,5
30 septembre 2011	-	-	(0,0)	1,5	1,5

(1) Depuis le 30 septembre 2010, cette participation n'est plus consolidée et est inscrite en actif financier.

(2) A partir du 28 juillet 2011, l'entité Metro est consolidée en intégration globale (cf note 3-1 variations du périmètre de consolidation).

6. Rachat d'actions propres

Dans le cadre des autorisations données par l'Assemblée Générale du 15 avril 2010 et renouvelées le 14 avril 2011, le Groupe a procédé au rachat de 2 279 725 actions propres pour un montant de 25 millions d'euros en vue de leur annulation.

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)	2011.09	2010.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	107,7	39,3
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-	-
Trésorerie disponible	107,7	39,3
Juste valeur des instruments dérivés de taux	(0,1)	(0,3)
Emprunts long terme	(13,6)	(16,1)
Dettes financières à court terme	(6,7)	(6,1)
Endettement brut	(20,3)	(22,2)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	87,3	16,8

Au 30 septembre 2011, TF1 dispose :

- d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 025 millions d'euros dont les dates d'échéance sont comprises entre un 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 septembre 2011, celle-ci n'est pas utilisée comme moyen de financement ;
- d'un encours de crédit-bail lié à la mise en place de matériels techniques pour 16,7 millions d'euros.

Le groupe TF1 utilise les différentes sources de financement à sa disposition : financements bancaires (lignes confirmées...) et financement de marché.

Depuis le 31 décembre 2010, le groupe TF1 est en position de trésorerie nette positive.

8. Coût de l'endettement financier net

Le coût de l'endettement financier net au 30 septembre 2011 s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2011.09	2010.09
Produits d'intérêts	1,2	2,1
Variation de juste valeur de la part couverte de l'emprunt obligataire	-	-
Variation de juste valeur des dérivés de taux	-	0,4
Produits et revenus sur actifs financiers	-	-
Produits sur endettement financier	1,2	2,5
Charges d'intérêts sur dettes financières	(0,7)	(10,8)
Variation de juste valeur des dérivés de taux	(0,1)	(7,4)
Charges sur endettement financier	(0,8)	(18,2)
Coût endettement financier net	0,4	(15,7)

9. Définition de la trésorerie

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2011.09	2010.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	107,7	39,3
Comptes courants de trésorerie passifs	(0,8)	(2,1)
Concours bancaires courants	(2,4)	(0,2)
Trésorerie de clôture du tableau de flux	104,5	37,0

10. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action versé par le Groupe le 24 avril 2011 au titre de l'exercice 2010, ainsi que le montant versé en 2010 au titre de l'exercice 2009.

	Versé en 2011	Versé en 2010
Dividende total (en millions d'euros)	117,4	91,8
Dividende par action ordinaire (en euros)	0,55	0,43

11. Événements postérieurs à la clôture

Il n'y a aucun événement postérieur à la clôture à signaler.

Calendrier prévisionnel

- 16 février 2012 : information financière de l'année 2011 et réunion des analystes
- 19 avril 2012 : Assemblée Générale Mixte
- 14 mai 2012 : information financière du premier trimestre 2012
- 27 juillet 2012 : information financière du premier semestre 2012
- 13 novembre 2012 : information financière des neuf premiers mois 2012

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 206 040,60 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92 656 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.groupe-tf1.fr/>

Courriel : comfi@tf1.fr