



Information financière

Premier trimestre 2015

Sommaire

SOMMAIRE	2
RESULTATS	3
Indicateurs financiers	3
Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé	4
Détail du chiffre d'affaires publicitaire Groupe (activités poursuivies)	5
Détail du coût des programmes des quatre antennes gratuites par type de programme	5
FAITS MARQUANTS DU PREMIER TRIMESTRE 2015	6
RAPPORT DE GESTION	7
1. PERFORMANCE FINANCIERE	7
2. DETAIL PAR ACTIVITE	9
3. RESPONSABILITE SOCIETALE	15
PERSPECTIVES	16
COMPTES CONSOLIDES CONDENSES AU 31 MARS 2015	18
Bilan consolidé	18
Bilan consolidé (suite)	19
Compte de résultat consolidé	20
Etat des produits et charges comptabilisés	21
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	22
Tableau des flux de trésorerie consolidés	23
Notes annexes aux états financiers consolidés condensés	24
CALENDRIER PREVISIONNEL	31

Résultats

Indicateurs financiers

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

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

<i>en millions d'euros</i>	T1 2015	T1 2014	Année 2014 (12 mois)	T1 2014 publié
Chiffre d'affaires consolidé	475,1	469,7	2 091,8	469,7
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>363,1</i>	<i>354,1</i>	<i>1 575,5</i>	<i>354,1</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>112,0</i>	<i>115,6</i>	<i>516,3</i>	<i>115,6</i>
Résultat opérationnel courant	28,1*	6,9	116,5	10,9
Résultat opérationnel	28,1*	6,9	116,5	10,9
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	32,7*	5,4	99,9	7,9
Capacité d'autofinancement**	(0,2)	23,9	128,5	27,9
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,15	0,03	0,47	0,04
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,15	0,03	0,47	0,04
Total capitaux propres part du Groupe	2 044,1	1 716,9	2 003,4	1 719,4
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-) des activités poursuivies	572,0	254,4	497,0	254,4

* incluant le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

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

	T1 2015	T1 2014	Année 2014 (12 mois)
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	211 612	211 296	211 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	16,5	12,0	12,7
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	3,5	2,5	2,7

Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

Les contributions ci-après sont présentées après application de l'interprétation IFRIC 21.

en millions d'euros	Contribution au chiffre d'affaires			Contribution au résultat opérationnel courant			
	T1 2015	T1 2014	Année 2014	T1 2015	T1 2014	Année 2014	T1 2014 publié
Antennes & contenus	395,1	385,3	1 748,8	(12,0)	1,1	51,7	3,6
Antennes	380,5	370,9	1 638,8	(11,7)	(2,6)	36,0	(0,4)
Contenus	14,6	14,4	110,0	(0,3)	3,7	15,7	4,0
Services consommateurs	48,4	51,1	209,6	3,6	5,1	14,8	5,3
TF1 Vidéo	14,8	12,4	56,4	0,5	0,3	1,0	0,4
Téléshopping	25,4	27,4	87,8	1,9	2,4	3,2	2,4
TF1 Entreprises	8,2	11,3	65,4	1,2	2,4	10,6	2,5
Offre Payante	31,6	30,9	125,2	33,7*	(2,4)	1,5	(2,3)
Eurosport France	17,8	16,1	65,7	33,7*	(1,5)	4,1	(1,5)
Chaînes Thématiques France	13,8	14,8	59,5	0,0	(0,9)	(2,6)	(0,8)
 Holding et Divers	0,0	2,4	8,2	2,8	3,1	48,5	4,3
TOTAL	475,1	469,7	2 091,8	28,1*	6,9	116,5	10,9

* incluant le résultat de déconsolidation d'Eurosport France.

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

Contributions au chiffre d'affaires publicitaire			
<i>en millions d'euros</i>	T1 2015	T1 2014	Année 2014
Publicité Antennes & Contenus	359,9	350,5	1 560,3
dont Télévision	343,6	332,9	1 476,7
dont Autres Supports	16,3	17,6	83,6
Publicité Offre Payante	3,2	3,6	15,2
dont Eurosport France	1,3	1,7	6,9
dont Chaînes Thématiques France	1,9	1,9	8,3
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE GROUPE	363,1	354,1	1 575,5

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

<i>en millions d'euros</i>	T1 2015	T1 2014	Année 2014
Total coûts de programmes	243,5	230,4	994,0
<i>Événements sportifs</i>	-	-	73,7
Total hors événements sportifs	243,5	230,4	920,3
Variétés / Jeux / Magazines	75,1	76,3	282,6
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	91,9	84,6	318,1
Sports (hors événements sportifs)	10,3	7,5	49,9
Information	27,5	26,3	103,3
Films	35,6	31,0	150,1
Jeunesse	3,1	4,7	16,3

Faits marquants du premier trimestre 2015

Janvier

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

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

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

Février

18 février 2015 : Ushuaïa TV fête ses 10 ans.

Mars

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

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

Rapport de gestion

Boulogne-Billancourt, le 29 avril 2015

Changement de méthode comptable

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

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

En 2015, 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 2015 et qui sont sans incidence significative sur les comptes.

1. Performance financière

1.1. Chiffre d'affaires

A fin mars 2015, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 475,1 millions d'euros, en hausse de 5,4 millions d'euros (+ 1,1 %).

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe est en croissance de + 2,5 % (+ 9,0 millions d'euros) à 363,1 millions d'euros.

Il se compose de :

- 343,6 millions d'euros de revenus publicitaires net pour les 4 chaînes en clair du Groupe, soit une progression de + 3,2 % en un an (+ 10,7 millions d'euros). D'une part, le Groupe a eu la possibilité durant ce trimestre d'augmenter la durée de publicité diffusée, dans un marché où l'intérêt pour le média télévisé se confirme et, d'autre part, a pu reprendre légèrement de la valeur.
- 16,3 millions d'euros de revenus publicitaires générés par les autres supports du secteur Antennes et Contenus, en recul de 7,4 % sur un an (- 1,3 million d'euros). Publications Metro France continue de subir une baisse

marquée de son chiffre d'affaires que ne compense que partiellement la progression du chiffre d'affaires de la publicité digitale et de l'activité de régie pour compte de tiers de TF1 Publicité.

- 3,2 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire lié aux activités du secteur Offre Payante, en baisse de 11,1 % (- 0,4 million d'euros) par rapport au 1^{er} trimestre 2014. Ce recul s'explique par la baisse du chiffre d'affaires publicitaire d'Eurosport France du fait d'une reprise de sa diffusion exclusive par CANALSAT en 2015.

Le chiffre d'affaires non-publicitaire du Groupe au 1^{er} trimestre 2015 s'élève à 112,0 millions d'euros, soit - 3,6 millions d'euros (- 3,1 %) par rapport au 1^{er} trimestre 2014, malgré la croissance du chiffre d'affaires de TF1 Vidéo et des redevances perçues par Eurosport France. Ce recul s'explique principalement par :

- le repli des activités du secteur Services Consommateurs, dont TF1 Entreprises qui bénéficiait du succès de l'exposition *Star Wars Identities* au 1^{er} trimestre 2014 et Téléshopping ;
- des effets périmètres liés la cession de OneCast et à l'arrêt de la chaîne Stylia fin 2014.

1.2. Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Au premier trimestre 2015, le coût des programmes des 4 chaînes en clair du groupe TF1 s'élève à 243,5 millions d'euros, en hausse de 13,1 millions d'euros sur un an.

Le premier trimestre 2014 avait été marqué par une diminution conjoncturelle du coût des programmes de 27,8 millions d'euros sur un an, en anticipation notamment de la diffusion de la Coupe du Monde FIFA 2014 aux deuxième et troisième trimestres 2014.

La hausse porte principalement sur le coût des fictions, téléfilms et séries, qui a augmenté sur un an de 7,3 millions d'euros et sur le coût des films qui croît de 4,6 millions d'euros. Par ailleurs, le Groupe a diffusé un match de l'Equipe de France de Football de plus qu'au 1^{er} trimestre 2014. Enfin, l'actualité chargée du début d'année 2015 explique une légère hausse du coût de l'information.

Toutefois, par rapport au premier trimestre 2013, le coût des programmes est en diminution marquée de 14,7 millions d'euros.

A fin mars 2015, les autres charges, amortissements et provisions sont en amélioration de 28,9 millions d'euros. Ce chiffre intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France, cédée le 31 mars 2015 à 100 % à Eurosport SAS. Ce résultat compense la hausse des charges de personnel liée, d'une part, à un décalage du processus de la revue annuelle des rémunérations et, d'autre part, à la poursuite de mesures prises pour améliorer la productivité.

1.3. Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant s'établit à 28,1 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2015, en progression de 21,2 millions d'euros. Il intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 5,9 % en progression de 4,4 points en un an.

1.4. Résultat net

Le coût de l'endettement financier net du Groupe s'établit à + 0,5 million d'euros au 31 mars 2015, le Groupe ayant été en trésorerie positive sur le trimestre.

Les autres produits et charges financiers s'établissent à - 0,1 million d'euros du fait de la revalorisation des instruments de couverture de change principalement.

Le groupe TF1 a comptabilisé une économie d'impôt de 4,5 millions d'euros sur le trimestre contre une charge d'impôt de 0,5 million d'euros au premier trimestre 2014.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence progresse de 1,7 million d'euros à + 0,7 million d'euros au 31 mars 2015. Elle intègre principalement la quote-part du résultat net d'Eurosport International qui était comptabilisée un an auparavant en résultat net des activités en cours de cession, cession intervenue le 30 mai 2014.

Le résultat net des activités poursuivies s'établit ainsi à 33,7 millions d'euros, en amélioration de 28,2 millions d'euros. Par ailleurs, le groupe comptabilisait 8,4 millions d'euros en résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession au 1^{er} trimestre 2014, au titre du résultat net d'Eurosport International. Le résultat net progresse ainsi sur un an de 19,8 millions d'euros.

La part du résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle s'élève à 1,0 million d'euros au 31 mars 2015.

1.5. Structure Financière

Au 31 mars 2015, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 2 044,1 millions d'euros pour un total bilan de 3 561,9 millions d'euros.

La trésorerie nette sur les activités poursuivies, à fin mars 2015, s'établit à 572,0 millions d'euros contre 497,0 millions d'euros au 31 décembre 2014. Elle intègre les encaissements liés à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde de Rugby, les encaissements liés aux ventes de *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* de TF1 Vidéo et l'encaissement lié à l'opération sur Eurosport, toutefois largement compensé par la déconsolidation de la trésorerie d'Eurosport France. Elle reflète également une amélioration du besoin en fonds de roulement liée notamment à la baisse des stocks de programmes et la réduction saisonnière des encours clients.

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

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

1.6. Evénements survenus depuis la clôture

Néant.

2. Détail par activité

2.1. ANTENNES ET CONTENUS

Chiffre d'affaires (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. %
Antennes	380,5	370,9	+ 2,6 %
dont Publicité 4 chaînes gratuites	343,6	332,9	+ 3,2 %
dont Publicité autres activités	16,3	17,6	- 7,4 %
dont Autres CA	20,6	20,4	+ 1,0 %
Contenus	14,6	14,4	+ 1,4 %
Antennes & Contenus	395,1	385,3	+ 2,5 %

Résultat opérationnel courant (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. M€
Antennes	(11,7)	(2,6)	(9,1)
Contenus	(0,3)	3,7	(4,0)
Antennes & Contenus	(12,0)	1,1	(13,1)

Le chiffre d'affaires du secteur Antennes et Contenus s'établit au premier trimestre 2015 à 395,1 millions d'euros, en hausse de + 2,5 %.

Le secteur affiche une perte de 12,0 millions d'euros, en baisse de 13,1 millions d'euros sur un an en lien avec l'augmentation du coût des programmes.

2.1.1. Antennes

Au cours du premier trimestre 2015, le pôle Antennes a généré un chiffre d'affaires de 380,5 millions d'euros, en hausse de + 2,6 % (soit + 9,6 millions d'euros), dont 359,9 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire (+ 2,7 %) et 20,6 millions d'euros de chiffre d'affaires non publicitaire (+ 1,0 %).

Le résultat opérationnel courant recule quant à lui de 9,1 millions d'euros et s'établit à - 11,7 millions d'euros. Cette diminution résulte principalement d'une augmentation du coût des programmes de 13,1 millions d'euros sur un an. Pour mémoire, le premier trimestre 2014 avait été marqué par une diminution conjoncturelle du coût des programmes de 27,8 millions d'euros sur un an, d'une part, du fait de l'adaptation de la programmation face à la diffusion des Jeux Olympiques d'hiver sur le service public et, d'autre part, en anticipation de la diffusion de la Coupe du Monde FIFA 2014 aux deuxième et troisième trimestres 2014.

Toutefois, par rapport au premier trimestre 2013, le coût des programmes est en diminution marquée de 14,7 millions d'euros.

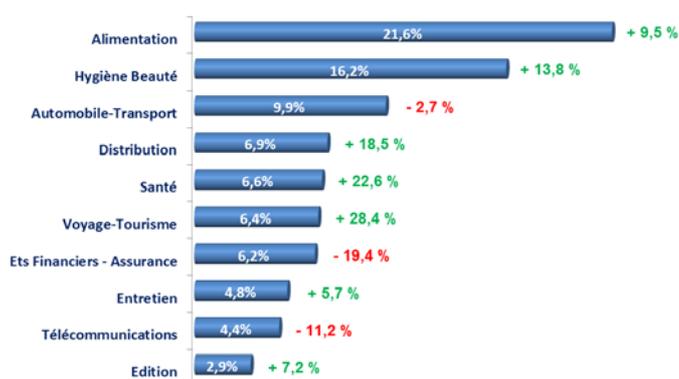
Chiffre d'affaires publicitaire¹

A fin mars 2015, les investissements publicitaires plurimedia bruts (c'est-à-dire avant remises qui varient de manière plus ou moins importantes d'un média à l'autre) et hors Internet, sont en hausse de 1,9 % à 5,7 milliards d'euros.

- La télévision reste le premier media investi et voit ses investissements bruts augmenter de 9,4 % sur la période, pour atteindre 2,5 milliards d'euros. Les investissements sur la TNT gratuite continuent de croître à un rythme élevé (+ 12,6 %), sous l'effet de la pénétration croissante des 6 nouvelles chaînes lancées en décembre 2012. Les recettes brutes de la télévision historique progressent quant à elles de 6,4 %.
- La presse voit ses recettes brutes diminuer à nouveau de 6,8 % sur un an à fin mars 2015, pour s'établir à 1,5 milliard d'euros.
- La radio bénéficie d'une hausse de 1,3 % de ses recettes brutes, qui s'élèvent à 1,0 milliard d'euros.
- L'affichage est quasi stable à - 0,2 % sur un an, à 0,6 milliard d'euros, tandis que le cinéma est en forte baisse de - 11,5 % à 71 millions d'euros.

Les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 8,3 % au premier trimestre 2015 par rapport au premier trimestre 2014.

L'évolution des investissements publicitaires bruts par secteur sur les trois premiers mois de l'année 2015, pour ces quatre chaînes, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, janvier-mars 2015 vs. janvier-mars 2014.

Le chiffre d'affaires de la publicité sur les 4 chaînes en clair du Groupe progresse de 3,2 % au premier trimestre 2015.

¹ Investissements plurimedia hors sponsoring 2015 (5 médias).

Le Groupe a eu la possibilité durant ce trimestre d'augmenter la durée de publicité diffusée tout en préservant la valeur, dans un marché où l'intérêt pour le média télévisé ne se dément pas.

Le chiffre d'affaires publicitaire des autres supports du secteur Antennes est en retrait de 7,4 %, la croissance des revenus publicitaires digitaux et de la régie publicitaire pour compte de tiers ne compensant que partiellement le recul des investissements publicitaires sur Publications Metro France.

- **Antennes en clair²**

Marché

Au premier trimestre 2015, la durée d'écoute de la télévision atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 59 minutes, en augmentation de 3 minutes par rapport au premier trimestre 2014. La durée d'écoute pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats reste très élevée à 3 heures et 53 minutes, avec néanmoins un retrait de 3 minutes en un an. Ces données intègrent, depuis octobre 2014, la consommation en *catch-up* sur IPTV mais n'incluent pas la consommation délinéarisée sur les autres supports (ordinateurs, tablettes, smartphones, etc.) en *live* et en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile, tous supports confondus.

Les 6 nouvelles chaînes TNT HD lancées le 12 décembre 2012 continuent leur déploiement et sont disponibles auprès de plus de 82 % des foyers français au 31 mars 2015. Au premier trimestre 2015, la part d'audience cumulée de ces chaînes atteint 4,8 % sur les individus âgés de 4 ans et plus et 6,3 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. A fin mars 2014, leur part d'audience était respectivement sur ces cibles de 3,4 % et 4,5 %.

Audiences

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

A fin mars 2015, l'audience cumulée atteint 27,7 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, à comparer à 28,8 % au premier trimestre 2014.

Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, l'audience cumulée atteint 31,8 % contre 32,0 % au premier trimestre 2014.

TF1

TF1 reste la chaîne largement *leader* en France. Sa part d'audience s'établit à 21,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 1 point en un an). La part d'audience réalisée auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats atteint 23,6 % au premier trimestre 2015, contre 24,3 % un an plus tôt. L'écart avec sa première chaîne concurrente privée s'établit à 8,4 points sur la principale cible publicitaire (+ 0,1 point).

TF1 continue à innover avec succès et confirme ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'événement et du lien social, seule chaîne à fédérer au premier trimestre 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, à 20 reprises. Sur l'ensemble des diffusions, 3 programmes ont réuni plus de 9 millions de téléspectateurs et 1 programme plus de 10 millions de téléspectateurs. Par ailleurs, TF1 a affiché 88 programmes à plus de 7 millions de téléspectateurs contre 1 seul programme pour l'ensemble de la concurrence, et comptabilise les 30 meilleures audiences du premier trimestre.

Au premier trimestre, la chaîne TF1 rassemble en moyenne 6,1 millions de téléspectateurs en *prime time*, stable sur un an, et se positionne en tant que *leader* pour 96 % des programmes diffusés en *prime time* contre 90 % au 1^{er} trimestre 2014.

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

Le divertissement : *Les Enfoirés* ont rassemblé 11,4 millions de téléspectateurs le 13 mars, meilleure audience à date de 2015, avec une part d'audience de 54 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La 4^{ème} saison de *The Voice* a rassemblé jusqu'à 8,8 millions de téléspectateurs. Enfin, l'émission *C'est Canteloup* a réuni jusqu'à 9,0 millions de téléspectateurs avec une moyenne de 7,3 millions chaque soir.

La série américaine : *Person of Interest* a rassemblé jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs. La nouvelle saison de *Grey's Anatomy* a réalisé un lancement record depuis 2012 avec 5,1 millions de téléspectateurs et 45 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

La fiction française : le genre continue à se renouveler. *L'emprise* a rassemblé 9,8 millions de téléspectateurs, record pour une fiction depuis octobre 2007. La série *Clem* a réalisé son record historique depuis son lancement en réunissant jusqu'à 7,2 millions de téléspectateurs.

² Source : Médiamétrie – Médiamat.

Le cinéma : la diffusion du film *Contagion* réalise la meilleure audience de l'année 2015 pour un film réunissant jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs.

L'information : les *Journaux Télévisés* de TF1 restent les plus fédérateurs d'Europe. Le Journal de 20h a attiré jusqu'à 9,0 millions de téléspectateurs. Le Journal Télévisé de 13h, quant à lui, attire jusqu'à 7,2 millions de téléspectateurs.

Le sport : la finale du championnat du monde de Handball opposant la France au Qatar a réuni jusqu'à 9,1 millions de téléspectateurs sur la chaîne. Le match amical de football France-B Brésil a réuni 6,6 millions de téléspectateurs.

TMC

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

Sur le *prime time*, la chaîne rassemble 800 000 téléspectateurs en moyenne (stable sur un an). Les films de *prime time* sont particulièrement fédérateurs puisqu'ils attirent en moyenne plus d'un million de téléspectateurs. *Jurassic Park 3* réalise la meilleure audience de la chaîne au premier trimestre avec 1,5 million de téléspectateurs. TMC réalise par ailleurs d'excellents scores sur les magazines avec *90' enquêtes* (jusqu'à 1,1 million de téléspectateurs) qui réalise la meilleure audience pour un magazine sur les chaînes de la TNT, et les séries américaines (*Les experts Manhattan*) qui attirent jusqu'à 1,3 million de téléspectateurs.

TMC a établi sur le premier trimestre le record d'audience historique pour une chaîne de la TNT avec la demi-finale du championnat du monde de handball en réunissant 3,3 millions de téléspectateurs.

NT1

Au premier trimestre 2015, NT1 réalise une part d'audience moyenne de 1,8 % sur les individus âgés de 4 ans et plus (- 0,1 point) et progresse sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats à 3,1 % (+ 0,2 point). La chaîne se classe ainsi 4^{ème} chaîne de la TNT sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et rassemble en moyenne 500 000 téléspectateurs en *prime time*. La chaîne est particulièrement puissante sur le cinéma et a rassemblé jusqu'à 1,4 million de téléspectateurs avec le film *Fast & Furious 5*, ce qui constitue la meilleure audience de NT1 en 2015.

La chaîne est par ailleurs très performante sur le divertissement avec des marques fortes comme *Baby Boom* qui attire en moyenne 4 % des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Enfin, l'offre de séries américaines obtient d'excellents scores avec notamment *Grey's Anatomy* qui permet à la chaîne d'être 4^{ème} sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats lors de sa diffusion.

HD1

Lancée en décembre 2012, HD1 est *leader* des 6 nouvelles chaînes HD sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. La chaîne, consacrée à la narration sous toutes ses formes, réalise au 1^{er} trimestre 2015, 1,0 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,1 point) et 1,7 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, soit une forte hausse de + 0,6 point.

La chaîne est la seule chaîne de la TNT HD à atteindre 300 000 téléspectateurs en moyenne en *prime time* grâce à la fiction française (*Section de recherches* avec un record d'audience de la chaîne à 817 000 téléspectateurs), au cinéma (*Créance de sang* avec 689 000 téléspectateurs) ou des séries américaines comme *Dr House* qui réalise un record d'audience le dimanche après-midi avec 4,7 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

HD1 confirme donc son lancement réussi et devrait continuer sa montée en puissance avec la poursuite de son déploiement géographique.

• e-TF1

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie d'innovation digitale en lien avec les antennes du Groupe.

La vidéo en ligne continue d'afficher de très bonnes performances sur MYTF1 et MYTF1 NEWS, dont les audiences ont été portées par une actualité dense au cours du trimestre. Le groupe TF1 se positionne toujours comme 4^{ème} groupe en termes de temps passé sur ses vidéos, aux côtés des géants internationaux³.

La consommation vidéo de MYTF1 sur IPTV continue par ailleurs sa forte croissance (+ 42 % de vidéos vues en 1 an). MYTF1 rassemble 7,8 millions de *catch-uppers* par mois (soit + 1,6 million par rapport à son principal concurrent privé).

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

³ Source : Médiamétrie NetRatings – février 2015

Le chiffre d'affaires augmente ainsi de 1,6 % sur la période à 25,7 millions d'euros, les revenus publicitaires bénéficiant de la croissance de la consommation vidéo en IPTV et sur les supports mobiles.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 5,5 millions d'euros au cours du trimestre, en baisse de 0,1 million d'euro du fait d'investissements de développement. La marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 21,4 %.

- **Autres supports**

Publications Metro France⁴

Dans un marché de la publicité de la presse gratuite extrêmement concurrentiel en France et marqué par une forte baisse des revenus publicitaires pour l'ensemble du secteur⁵, Publications Metro France voit son chiffre d'affaires s'inscrire en recul important au premier trimestre. Cette baisse se répercute sur le résultat opérationnel.

Sur ses différents supports, *Metronews* génère près de 13 millions de points de contact mensuels avec ses internautes, ses lecteurs sur mobile et ses lecteurs papier, en croissance de + 18 %. Le titre surperforme ainsi l'ensemble des marques de presse couvertes par l'étude ONE Global (+ 4 %). *Metronews* se hisse au 11^{ème} rang des marques de presse les plus fréquentées par les Français et se classe 7^{ème} marque d'actualité.

TF1 Publicité (Régie hors-groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors-groupe) continue d'enregistrer de bonnes performances au cours du trimestre et voit son chiffre d'affaires progresser.

2.1.2. Contenus

Le chiffre d'affaires de l'activité Contenus est en hausse de 1,4 % à 14,6 millions d'euros. Son résultat opérationnel courant ressort à - 0,3 million d'euros, contre 3,7 millions d'euros au premier trimestre 2014.

- **TF1 Droits Audiovisuels**

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant de TF1 Droits Audiovisuels sont en amélioration sur le trimestre. L'activité bénéficie principalement de la poursuite de l'exploitation du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* à

l'international et en vidéo et de la performance du film *Les souvenirs*, sorti en salles au cours du trimestre.

- **TF1 Production**

La contribution au chiffre d'affaires de TF1 Production enregistre une hausse au premier trimestre 2015. Les spectacles - avec la tournée des *Prêtres* - les sports et l'animation - avec la diffusion des premiers épisodes de la série *Mini Ninjas* - contribuent à la hausse de l'activité.

A fin mars 2015, 152 heures de programmes ont été livrées aux chaînes du Groupe (+ 10 heures)

Le résultat opérationnel de TF1 Production est toutefois en diminution, le 1^{er} trimestre 2014 ayant été porté par la livraison de certaines productions importantes comme *RIS*.

- **TF1 Films Production**

Au cours du premier trimestre 2015, 2 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles (*Bis* et *Un homme idéal*), contre 5 au premier trimestre 2014. Ces deux films ont cumulé près de 2 millions d'entrées au cours du trimestre, dans le contexte d'une stabilité de la fréquentation des salles de cinéma : 56,6 millions d'entrées ont été enregistrées à fin mars 2015 (+ 0,3 %).

La contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant du Groupe est en diminution, en raison du plus faible nombre de sorties réalisées sur la période.

2.2. SERVICES CONSOMMATEURS

Chiffre d'affaires (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. %
TF1 Vidéo	14,8	12,4	+ 19,4 %
Télleshopping	25,4	27,4	- 7,3 %
TF1 Entreprises	8,2	11,3	- 27,4 %
Services Consommateurs	48,4	51,1	- 5,3 %

Résultat opérationnel courant (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. M€
TF1 Vidéo	0,5	0,3	+ 0,2
Télleshopping	1,9	2,4	- 0,5
TF1 Entreprises	1,2	2,4	- 1,2
Services Consommateurs	3,6	5,1	- 1,5

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs est en recul de 5,3 % et s'établit à 48,4 millions d'euros au 31 mars 2015. Son résultat opérationnel est en recul de 1,5 million d'euros et s'élève à 3,6 millions d'euros.

⁴ Source : AudiPresse ONE Global V1 (AudiPresse One 2014 / Médiamétrie MNR - PIM janvier 2015)

⁵ Source : Adexpress

2.2.1. TF1 Vidéo

A fin mars 2015, TF1 Vidéo affiche une hausse de 19,4 % de son activité à 14,8 millions d'euros. Le résultat opérationnel s'établit à 0,5 million d'euros.

Cette hausse intervient dans le contexte d'un marché de la vidéo physique toujours en difficulté, en baisse de 15,1 % à fin février 2015⁶ par rapport à la même période en 2014. La hausse du chiffre d'affaires tient au succès du film *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* en vidéo, à la forte progression de l'activité VOD dans son ensemble, et enfin au succès du film *La Grande aventure de Maya l'abeille*.

2.2.2. Téléshopping

Au premier trimestre 2015, Téléshopping génère un chiffre d'affaires de 25,4 millions d'euros contre 27,4 millions d'euros un an plus tôt, soit un recul de 7,3 %.

L'enseigne principale a été affectée par une baisse du nombre de commandes en janvier. Les autres activités, notamment l'activité magasin et le partenariat avec Venteo, continuent leur progression.

Le résultat opérationnel courant du premier trimestre 2015 s'élève à 1,9 million d'euros, en baisse de 0,5 million d'euros.

2.2.3. TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre sur les trois premiers mois de l'année 2015 un chiffre d'affaires de 8,2 millions d'euros, en recul de 27,4 % par rapport aux trois premiers mois de l'année précédente.

La base de comparaison de 2014 était particulièrement élevée du fait notamment d'une activité Musique forte au 1^{er} trimestre 2014, grâce au succès des productions et coproductions ainsi que de l'exploitation de l'exposition *Star Wars Identities*.

Toutefois, chaque département affiche une bonne dynamique :

- les Licences, grâce notamment au lancement avec succès du ticket à gratter Française des Jeux / Koh Lanta ;
- les Jeux, dont les ventes sont portées notamment par le succès de *Chrono Bomb* ;

- l'Édition, avec le succès continu des collections *Tintin*, de *l'Alpine* et le développement de l'activité à l'international ;
- la Musique, grâce aux productions propres (*Les Prêtres 3*, Vincent Niclo, *Les Stentors 3*, etc.), aux partenariats avec des artistes ou des spectacles comme Coldplay, Calogero, Disney, Cirque Phénix.

Le résultat opérationnel courant ressort à 1,2 million d'euros, en recul de 1,2 million d'euros par rapport au premier trimestre 2014.

2.3. OFFRE PAYANTE⁷

Chiffre d'affaires (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. %
Eurosport France	17,8	16,1	+ 10,6 %
dont Publicité	1,3	1,7	- 23,5 %
dont Autres CA	16,5	14,4	+ 14,6 %
Chaînes Thématiques France	13,8	14,8	- 6,8 %
dont Publicité	1,9	1,9	0,0 %
dont Autres CA	11,9	12,9	- 7,8 %
Offre Payante	31,6	30,9	+ 2,3 %

Résultat opérationnel courant (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. M€
Eurosport France	33,7	(1,5)	+ 35,2
Chaînes Thématiques France	0,0	(0,9)	+ 0,9
Offre Payante	33,7	(2,4)	+ 36,1

Le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante est en hausse au 1^{er} trimestre 2015 et s'établit à 31,6 millions d'euros (+ 2,3 %) en lien avec la performance d'Eurosport France.

Le résultat opérationnel courant est en croissance de 36,1 millions d'euros à 33,7 millions d'euros : il intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France, cédée le 31 mars 2015 à Eurosport SAS. La société Eurosport France reste consolidée jusqu'au 31 mars 2015.

2.3.1. Eurosport France

Au cours du premier trimestre 2015, Eurosport France a cessé d'être diffusée sur la TNT payante. Eurosport France est distribué en exclusivité dans les offres CANALSAT depuis le

⁶ Sources GFK : fin février 2015 pour la vidéo physique

⁷ Source : MédiamatThématik (vague 28, septembre 2014 – février 2015), univers offre payante, sauf pour le cumul chaînes payantes : Médiamat – T1 2015.

printemps 2015. Enfin, le 31 mars 2015, Eurosport SAS a acquis 100 % du capital de la société.

Le chiffre d'affaires d'Eurosport France s'élève à 17,8 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2015, en augmentation de + 10,6 % par rapport aux trois premiers mois de l'année 2014. Ceci résulte d'une forte hausse des recettes de distribution (+ 14,6 %) malgré le recul du chiffre d'affaires publicitaire (- 23,5 %).

Le résultat opérationnel, qui intègre le résultat de déconsolidation de la société, progresse de 35,2 millions d'euros.

Eurosport réalise en France une part d'audience de 0,6 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

2.3.2. Chaînes Thématiques France⁸

Dans le contexte de croissance de l'offre en clair en France, l'ensemble des chaînes payantes réalise une part d'audience de 10,4 % au premier trimestre 2015, en retrait de 0,1 point sur un an.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'établit au premier trimestre 2015 à 13,8 millions d'euros, soit une baisse de 6,8 % en un an. Il est principalement affecté par l'arrêt de la chaîne Stylia depuis le 31 décembre 2014.

Les chaînes thématiques France sont à l'équilibre opérationnel grâce à l'amélioration de leur base de coûts.

• LCI

LCI poursuit sa ligne éditoriale, axée sur l'analyse et le décryptage de l'actualité. La chaîne continue de proposer ses marques fortes comme *Le Club LCI* et a lancé le premier journal destiné aux enfants (*Le petit JT*). La part d'audience de la chaîne est stable, à 0,5 % des Individus âgés de 4 ans et plus.

LCI reste accessible sur la TNT payante et a renouvelé ses accords de distribution avec les opérateurs pour 2015.

Le chiffre d'affaires de LCI recule sur le trimestre, mais la maîtrise des charges permet de réduire la perte opérationnelle.

• TV Breizh

Première chaîne mini-généraliste payante du câble et du satellite, TV Breizh confirme son *leadership*. Sa part d'audience est de 1,3 % sur

les Individus âgés de 4 ans et plus et de 1,1 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Grâce à cette performance, TV Breizh connaît une augmentation de son chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2015. Son résultat opérationnel est ainsi en hausse par rapport à la même période de l'année 2014, sous l'effet de la baisse des charges que connaît la chaîne depuis son déménagement de Lorient à Boulogne en mars 2013.

• Histoire et Ushuaïa

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

Le chiffre d'affaires du pôle Découverte est en légère baisse à la suite de la fermeture de la chaîne Stylia, malgré la progression des revenus d'Histoire et d'Ushuaïa. Le redéploiement des activités du pôle pèse légèrement sur la rentabilité des chaînes.

Ushuaïa TV a vu son audience progresser de 35 % sur les individus âgés de 4 ans et plus en un an, grâce à sa politique éditoriale autour de l'évasion et de la découverte. La chaîne a fêté ses 10 ans en mars 2015.

Histoire continue à se concentrer sur sa politique éditoriale et sur le rayonnement de sa marque, qui font d'elle la chaîne de référence sur l'histoire au sein des offres câble, satellite et ADSL.

2.4. HOLDING ET DIVERS

Chiffre d'affaires (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. %
Holdings et Divers	0,0	2,4	ns

Résultat opérationnel courant (M€)	T1 2015	T1 2014	Var. M€
Holdings et Divers	2,8	3,1	(0,3)

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

Le chiffre d'affaires du secteur est donc nul à fin mars 2015 et le résultat opérationnel courant, désormais attribuable en totalité au résultat des entités immobilières, est égal à 2,8 millions d'euros.

⁸ Source : MédiamatThématik (vague 28, sept 2014-février 2015), univers offre payante, sauf pour le cumul chaînes payantes : Médiamat – cumul janvier au 31 mars 2015.

3. Responsabilité sociétale

Les femmes à l'honneur à TF1

Dans les journaux télévisés

Du 6 au 8 mars, à l'occasion de la Journée de la Femme, 5 reportages thématiques de 3 à 4 minutes chacun ont mis en lumière des femmes dans le monde du sport, de l'école, de l'entreprise, ou de la loi. Pionnières ou jeunes espoirs, elles représentent des modèles d'engagement inspirants.

Dans l'entreprise

Le 9 avril, une Master Class avec pour thème « Mixité et Performance » a réuni plusieurs grands témoins dont Catherine Nayl, Directrice générale adjointe à l'Information du groupe TF1 et Anne Thévenet-Abitbol, directrice Prospective et Nouveaux Concepts de Danone, également directrice artistique et éditoriale du Programme EVE, dédié au *leadership* féminin. Le plan d'actions « Mixité et Performance » du groupe TF1 y a été présenté avant son lancement en avril.

Solidarité

Les salariés de TF1 contre l'illettrisme avec B'A'ba Solidarité.

Les salariés de TF1 se mobilisent à nouveau pour permettre aux salariés de la société Samsic Propreté (société de ménage prestataire de TF1), d'apprendre le français ou de l'améliorer *via* du tutorat et de l'aide individualisés.

Diversité

Lancement du recrutement de la 8^{ème} promotion de la Fondation d'entreprise de TF1

La Fondation d'entreprise TF1 a pour champ d'intervention l'insertion professionnelle et la formation de candidats issus des quartiers prioritaires de la politique de la ville. Les 11 jeunes recrutés cette année intégreront le groupe TF1 en septembre prochain pour 2 ans et constitueront la 8^{ème} promotion.

Le recrutement a commencé le 19 février et s'est achevé le 17 avril 2015. Une campagne de recrutement a été mise en place pendant les mois de mars et avril (forums, interventions, tables rondes, réunions d'information...) sur le site *corporate* de TF1. A cette date, 86 jeunes des quartiers, âgés de 18 à 30 ans, auront ainsi été

accueillis depuis 2008 dans l'ensemble des filiales du Groupe. Ils ont pu bénéficier d'une formation professionnelle, approfondir leurs connaissances de l'Entreprise et s'insérer professionnellement, dans le Groupe ou ailleurs. « Notre objectif premier est de donner envie à ces jeunes de rejoindre l'une des entités du groupe TF1 et d'accéder à nos métiers », avait déclaré Samira Djouadi, déléguée générale de la Fondation, à l'occasion de la signature en décembre dernier de la signature de la Convention avec le ministre de la Ville, de la Jeunesse et des Sports.

Achats responsables

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

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

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

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

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

Perspectives

Dans un marché publicitaire caractérisé par une visibilité faible, une concurrence intense et un intérêt confirmé pour le média télévisé, TF1 continuera de proposer aux annonceurs une offre à forte valeur, que la diffusion de la Coupe du Monde de Rugby à la rentrée viendra compléter, tout en renforçant la preuve de l'efficacité des écrans.

Dans les prochains mois, le Groupe restera particulièrement vigilant sur l'évolution de sa base de coûts ; il poursuivra l'intégration opérationnelle de TMC et NT1, dans une approche multichaîne créatrice de valeur, ainsi que la transformation de ses activités dans le domaine de l'information.

Comptes consolidés condensés au 31 mars 2015

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2015.03	2014.12	2014.03
Goodwill	6	431,6	473,8	473,8
Immobilisations incorporelles		107,9	108,3	106,6
Droits audiovisuels		47,1	46,8	46,8
Autres immobilisations incorporelles		60,8	61,5	59,8
Immobilisations corporelles		174,1	176,3	188,7
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	7	583,4	581,8	75,8
Actifs financiers non courants		29,0	29,2	17,8
Actifs d'impôt non courants		-	-	-
Total actifs non courants		1 326,0	1 369,4	862,7
Stocks et en-cours		680,7	694,3	704,9
Programmes et droits de diffusion		663,6	678,5	689,0
Autres stocks		17,1	15,8	15,9
Clients et autres débiteurs		936,8	1 136,6	1 067,1
Actifs d'impôt courants		25,1	15,0	42,4
Autres actifs financiers courants		16,4	7,3	-
Trésorerie et équivalents de trésorerie	10	576,9	501,4	308,8
Total actifs courants		2 235,9	2 354,6	2 123,2
Actifs d'activités en cours de cession		-	-	629,3
TOTAL ACTIF		3 561,9	3 724,0	3 615,2
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		572,0	497,0	312,0
<i>Dont trésorerie nette sur activités poursuivies</i>		572,0	497,0	254,4
<i>Dont trésorerie nette sur activités en cours de cession</i>		-	-	57,6

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2015.03	2014.12	2014.03
Capital	8	42,3	42,3	42,2
Primes et réserves		1 969,1	1 548,4	1 662,6
Résultat consolidé de l'exercice		32,7	412,7	12,1
Total capitaux propres part du groupe		2 044,1	2 003,4	1 716,9
Participations ne donnant pas le contrôle		22,7	36,5	132,3
Total capitaux propres		2 066,8	2 039,9	1 849,2
Emprunts non courants	10	-	-	0,5
Provisions non courantes		48,7	48,4	41,6
Passifs d'impôt non courants		32,9	31,5	8,8
Total passifs non courants		81,6	79,9	50,9
Dettes financières courantes	10	4,9	4,4	53,9
Fournisseurs et autres créiteurs		1 376,8	1 566,5	1 469,4
Provisions courantes		31,7	33,3	29,6
Passifs d'impôt courants		-	-	18,3
Autres passifs financiers courants		0,1	-	2,8
Total passifs courants		1 413,5	1 604,2	1 574,0
Passifs d'activités en cours de cession		-	-	141,1
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 561,9	3 724,0	3 615,2

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	31 mars 2015	31 mars 2014	Exercice 2014
Recettes publicitaires		363,1	354,1	1 575,5
Autres revenus		112,0	115,6	516,3
Chiffre d'affaires		475,1	469,7	2 091,8
Autres produits de l'activité		-	-	0,3
Achats consommés et variation de stocks		(265,0)	(249,8)	(1 119,1)
Charges de personnel		(88,6)	(79,8)	(332,4)
Charges externes		(89,2)	(86,7)	(362,4)
Impôts et taxes		(32,7)	(32,6)	(126,2)
Dotations nettes aux amortissements		(14,1)	(15,0)	(55,4)
Dotations nettes aux provisions		12,8	2,8	10,0
Autres produits d'exploitation		61,6	23,7	120,8
Autres charges d'exploitation		(31,8)	(25,4)	(110,9)
Résultat opérationnel courant		28,1	6,9	116,5
Autres produits opérationnels		-	-	-
Autres charges opérationnelles		-	-	-
Résultat opérationnel		28,1	6,9	116,5
Produits sur endettement financier		0,5	0,4	1,2
Charges sur endettement financier		-	(0,1)	(0,1)
Coût de l'endettement financier net		0,5	0,3	1,1
Autres produits financiers		0,4	-	0,6
Autres charges financières		(0,5)	(0,2)	(0,3)
Impôt		4,5	(0,5)	(29,8)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	7	0,7	(1,0)	15,0
Résultat net des activités poursuivies		33,7	5,5	103,1
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	4	-	8,4	315,9
Résultat net		33,7	13,9	419,0
attribuable au Groupe :		32,7	12,1	412,7
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>		32,7	5,4	99,9
<i>Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession</i>		-	6,7	312,8
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		1,0	1,8	6,3
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>		1,0	0,1	3,2
<i>Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession</i>		-	1,7	3,1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		211 612	211 296	211 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,15	0,03	0,47
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,15	0,03	0,47
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)		-	0,03	1,48
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)		-	0,03	1,47

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	31 mars 2015	31 mars 2014	Exercice 2014
Résultat net consolidé	33,7	13,9	419,0
Eléments non recyclables en résultat net			
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	-	(6,3)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	-	-	2,2
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Eléments recyclables en résultat net			
Réévaluation des instruments dérivés de couverture ⁽¹⁾	5,5	1,2	6,9
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	-	-	0,7
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	(2,0)	(0,5)	(2,5)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	0,5	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	4,0	0,7	1,0
Total des produits et charges comptabilisés	37,7	14,6	420,0
attribuable au Groupe	36,7	12,8	413,7
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	<i>1,0</i>	<i>1,8</i>	<i>6,3</i>

⁽¹⁾ Dont en mars 2015, recyclage en résultat des couvertures de flux de trésorerie pour -6,0 M€.

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2014	42,3	7,3	-	1 958,6	(4,8)	2 003,4	36,5	2 039,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	1,0	-	-	-	1,0	-	1,0
Paievements fondés sur des actions	-	-	-	0,1	-	0,1	-	0,1
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total opérations avec les actionnaires	-	1,0	-	0,1	-	1,1	-	1,1
Résultat net consolidé	-	-	-	32,7	-	32,7	1,0	33,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	4,0	4,0	-	4,0
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers) <i>Note 9</i>	-	-	-	2,9	-	2,9	(14,8)	(11,9)
SOLDE AU 31 MARS 2015	42,3	8,3	-	1 994,3	(0,8)	2 044,1	22,7	2 066,8
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2013	42,2	5,8	-	1 661,5	(5,8)	1 703,7	130,5	1 834,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	0,3	-	-	-	0,3	-	0,3
Paievements fondés sur des actions	-	-	-	0,1	-	0,1	-	0,1
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-	-	-	-	-
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Total opérations avec les actionnaires	-	0,3	-	0,1	-	0,4	-	0,4
Résultat net consolidé	-	-	-	12,1	-	12,1	1,8	13,9
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	0,7	0,7	-	0,7
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	-	-	-	-	-
SOLDE AU 31 MARS 2014	42,2	6,1	-	1 673,7	(5,1)	1 716,9	132,3	1 849,2

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	31 mars 2015	31 mars 2014	Exercice 2014
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		33,7	5,5	103,1
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		12,1	13,6	50,1
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		7,4	8,4	31,5
<i>Immobilisations corporelles</i>		3,9	4,4	17,8
<i>Immobilisations financières</i>		-	-	(0,5)
<i>Provisions non courantes</i>		0,8	0,8	1,3
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(3,5)	(3,5)	(10,4)
Variations de juste valeur		(3,3)	0,3	(4,1)
Paievements fondés sur des actions		0,1	0,1	0,6
Résultat de cessions d'actifs		(33,6)	-	(31,0)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		(0,7)	7,7	(8,3)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		-	-	(0,2)
Sous-total		4,8	23,7	99,8
Coût de l'endettement financier net		(0,5)	(0,3)	(1,1)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		(4,5)	0,5	29,8
Capacité d'autofinancement		(0,2)	23,9	128,5
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(7,7)	(8,8)	(33,1)
Variation du BFR lié à l'activité		83,9	27,1	12,7
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		76,0	42,2	108,1
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(6,2)	(3,8)	(36,9)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		-	-	0,4
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(0,2)	-	(9,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		-	-	-
Incidence des variations de périmètre	11	3,6	-	306,0
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		36,3	-	307,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		(32,7)	-	(1,5)
Dividendes reçus		-	-	30,4
Autres flux liés aux opérations d'investissement		0,3	26,6	25,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(2,5)	22,8	316,1
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		1,0	0,3	1,6
Rachats et reventes d'actions propres		-	-	-
Autres opérations entre actionnaires		-	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		-	-	(117,2)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		-	-	-
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(0,8)	(0,7)	(2,6)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		0,5	0,3	1,1
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		0,7	(0,1)	(117,1)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		74,2	64,9	307,1
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies		498,2	191,1	191,1
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		74,2	64,9	307,1
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	10	572,4	256,0	498,2
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSIION :		31 mars 2015	31 mars 2014	Exercice 2014
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	4	-	69,6	69,6
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession ^(a)	4	-	(11,3)	(34,5)
Déconsolidation des activités en cours de cession	4	-	-	(35,1)
Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession	4	-	58,3	-

Notes annexes aux états financiers consolidés condensés

1. Faits marquants

Le 31 mars 2015, conformément aux accords signés entre TF1 et Discovery en janvier 2014 et à la suite de la restitution début 2015 de la licence de TNT payante d'Eurosport France, le groupe TF1 a cédé à Eurosport SAS la totalité de sa participation détenue dans Eurosport France représentant 80 % du capital de celle-ci.

Dans les comptes consolidés du premier trimestre, cette perte de contrôle entraîne la déconsolidation de la contribution d'Eurosport France générant un résultat positif présenté en autres produits d'exploitation dans le résultat opérationnel du secteur Offre Payante.

2. Principes et méthodes comptables

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

Les états financiers consolidés condensés au 31 mars 2015 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 2014 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2014 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 10 mars 2015 sous le numéro D.15-0115.

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

Ils sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été arrêtés par le Conseil d'Administration du 29 avril 2015 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 2015

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 31 mars 2015, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2014, ou, le cas échéant, les nouvelles normes applicables au 1^{er} janvier 2015.

Les principales normes IFRS, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union Européenne d'application obligatoire ou applicables par anticipation au 1^{er} janvier 2015 sont :

Interprétation IFRIC 21 - taxes prélevées par une autorité publique : date d'application au 1^{er} janvier 2015, cette interprétation a été adoptée par l'Union européenne le 13 juin 2014. Les impacts de cette interprétation applicable de manière obligatoire à compter du 1^{er} janvier 2015 ne sont pas significatifs sur les capitaux propres du groupe, mais affectent le rythme de reconnaissance en période intermédiaire de certaines taxes, telles que la C3S ou la taxe foncière.

Les impacts sur le compte de résultat consolidé liés à la première application de l'interprétation IFRIC 21 en 2015 ont été communiqués dans le document de référence 2014 en note 2.2.1 et sont pour rappel les suivants :

(en millions d'euros)	Résultat opérationnel		Résultat net		Impacts IFRIC 21	
	2014 publié	2014 retraité	2014 publié	2014 retraité	Résultat opérationnel	Résultat net
31 mars	10,9	6,9	16,4	13,9	4,0	2,5
30 juin	24,2	21,7	327,3	325,7	2,5	1,6
30 septembre	31,8	30,7	347,7	347,0	1,1	0,7
31 décembre	116,5	116,5	419,0	419,0	N/S	N/S

Par ailleurs, le groupe TF1 a décidé de ne pas appliquer par anticipation les normes publiées par l'IASB, approuvées par l'Union Européenne applicables par anticipation dès le 1^{er} janvier 2015.

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

Norme	Date d'application IASB	Impacts Groupe attendus
IFRS 15 : produits provenant de contrats avec les clients	1 ^{er} janvier 2017	Le 28 mai 2014, l'IASB a publié une nouvelle norme sur la comptabilisation du revenu appelée à remplacer la plupart des dispositions existantes en IAS 18. La nouvelle norme, non encore adoptée par l'UE, est applicable au 1 ^{er} janvier 2017, avec une application anticipée autorisée. L'impact de cette norme est en cours d'évaluation.
IFRS 9 : instruments financiers, classification et évaluation des actifs financiers	1 ^{er} janvier 2018	Le 24 juillet 2014, l'IASB a publié une nouvelle norme sur les instruments financiers appelée à remplacer la plupart des dispositions existantes en IFRS, notamment IAS 39. La nouvelle norme, non adoptée par l'Union européenne, est applicable au 1 ^{er} janvier 2018.

2.3. Changements de méthode comptable

En 2015, 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 2015 et qui sont sans incidence significative 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, immobilisés et détenus en stocks ;
- dépréciation des goodwill en cas d'indice de perte de valeur ;
- dépréciation des programmes et droits de diffusion ;
- évaluation des provisions.

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2014 et qu'aux arrêts intermédiaires 2014. A la date d'arrêt des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

2.5. Saisonnalité

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

3. Variations du périmètre de consolidation

Suite à la cession de la totalité des titres Eurosport France représentant 80 % du capital de celle-ci (cf. faits marquants), cette entité est déconsolidée à partir du 31 mars 2015.

4. Activités cédées

Conformément au traitement comptable retenu depuis le 31 décembre 2013 et jusqu'au 30 mai 2014, date de la cession complémentaire de 31 % d'Eurosport International (Groupe Eurosport hors Eurosport France) à Discovery Communications, les activités d'Eurosport International ont été présentées en activités en cours de cession.

➤ **Résultat d'Eurosport International en cours de cession au 31 mars 2014 :**

(en millions d'euros)	3 mois 2014
Recettes publicitaires	15,7
Autres revenus	77,4
Chiffre d'affaires	93,1
Charges d'exploitation	(80,5)
Résultat opérationnel	12,6
Coût de l'endettement financier net	0,1
Autres produits et charges financières	-
Impôt	(4,2)
Résultat net	8,4

➤ **Flux de trésorerie d'Eurosport International en cours de cession au 31 mars 2014 :**

	3 mois 2014
Flux nets de trésorerie générés par l'activité - Activité en cours de cession	(10,0)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement - Activité en cours de cession	(1,1)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement - Activité en cours de cession	(0,2)
Total variation de trésorerie sur activité en cours de cession	(11,3)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITE CEDEE OU EN COURS DE CESSION :	
Trésorerie au début de l'exercice - Activité cédée ou en cours de cession	69,6
Variation de la trésorerie- Activité cédée ou en cours de cession	(11,3)
Trésorerie à la clôture de l'exercice- Activité cédée ou en cours de cession	58,3

5. Secteurs opérationnels

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activités stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus aux différentes clientèles du Groupe. Cette segmentation en secteurs d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par les décisionnaires opérationnels du Groupe dans leur suivi des activités. Ces secteurs opérationnels correspondent aux secteurs revus par le principal décideur opérationnel et aucun regroupement n'a été effectué.

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 et Contenus

Le secteur Antennes et Contenus regroupe l'ensemble des services accessibles gratuitement par les consommateurs. Les revenus de ces activités sont majoritairement issus de la vente d'espaces publicitaires sur des supports audiovisuels, internet et presse écrite.

Ce secteur inclut également les activités dont les revenus non publicitaires sont directement générés par les programmes diffusés sur les antennes du Groupe tel que les opérations d'interactivité entre le téléspectateur et le programme diffusé.

Enfin, les filiales de contenus dont l'activité est majoritairement destinée à produire du contenu pour le compte d'une autre filiale du secteur Antennes et Contenus figurent dans ce secteur, tel que l'acquisition et l'exploitation de droits audiovisuels, la production interne de programmes ou l'activité commerciale de vente des espaces publicitaires.

Services Consommateurs

Le secteur Services Consommateurs regroupe les offres payantes du Groupe commercialisées directement ou *via* un intermédiaire de distribution auprès des consommateurs :

- ✓ les activités de vente à distance via internet ou appels téléphoniques et de vente en boutique du groupe Téléshopping,
- ✓ les activités du pôle TF1 Entreprises, dont notamment l'édition musicale, la vente de jeux de société et l'exploitation de licences,
- ✓ l'acquisition et la distribution de produits vidéo physiques et dématérialisés.

Offre Payante

Ce secteur regroupe l'ensemble des services payants accessibles auprès d'un opérateur tiers. Les revenus de ces activités sont majoritairement issus de la rémunération négociée et perçue auprès des opérateurs câble, satellite et ADSL pour la mise à disposition des chaînes TV payantes éditées par le groupe TF1. Le client est un opérateur avec lequel le revenu est négocié, et qui est responsable de la relation avec le client final, notamment du recouvrement du prix du service final.

Holding et divers

Les entités n'ayant pas d'activité opérationnelle ainsi que les entités portant les biens immobiliers du Groupe sont regroupées dans ce secteur. Ce secteur intègre également les entités dont l'activité ne correspond pas aux modèles économiques des secteurs définis précédemment et dont le volume d'activité est insuffisant pour constituer un nouveau secteur.

(en millions d'euros)	ANTENNES ET CONTENUS		SERVICES CONSOMMATEURS		OFFRE PAYANTE ⁽¹⁾		HOLDING ET DIVERS ⁽³⁾		TOTAL GROUPE TF1	
	2015.03	2014.03	2015.03	2014.03	2015.03	2014.03	2015.03	2014.03	2015.03	2014.03
COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL										
Chiffre d'affaires des secteurs	401,5	392,8	48,7	51,3	36,0	34,8	5,3	9,2	491,5	488,1
Eliminations opérations intersecteurs	(6,4)	(7,5)	(0,3)	(0,2)	(4,4)	(3,9)	(5,3)	(6,8)	(16,4)	(18,4)
CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE ⁽³⁾	395,1	385,3	48,4	51,1	31,6	30,9	0,0	2,4	475,1	469,7
<i>Dont Chiffre d'affaires Publicitaire</i>	<i>359,9</i>	<i>350,5</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>3,2</i>	<i>3,6</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>363,1</i>	<i>354,1</i>
<i>Dont Chiffre d'affaires Autres</i>	<i>35,2</i>	<i>34,8</i>	<i>48,4</i>	<i>51,1</i>	<i>28,4</i>	<i>27,3</i>	<i>0,0</i>	<i>2,4</i>	<i>112,0</i>	<i>115,6</i>
RESULTAT OPERATIONNEL ⁽¹⁾	-12,0	1,1	3,6	5,1	33,7	-2,4	2,8	3,1	28,1	6,9
% marge opérationnelle contributive Groupe	-3,0%	0,3%	7,4%	10,0%	106,6%	-7,8%	N/S	N/S	5,9%	1,5%
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées ⁽²⁾	-	-	-	-	0,8	(0,2)	(0,1)	(0,8)	0,7	(1,0)

1) En 2015, le résultat de déconsolidation d'Eurosport France constitue l'essentiel du résultat opérationnel du secteur Offre Payante.

2) La quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées (cf. note 7) est détaillée selon les secteurs de la manière suivante :
- Secteur « Offre Payante » : la quote-part de résultat revient en 2015 principalement à la société Eurosport SAS et ses filiales internationales ; en 2014, la quote-part de résultat revient principalement à l'entité Série Club.
- Secteur « Holding et divers » : la quote-part de résultat revient à la société Groupe AB.

3) En 2014, le chiffre d'affaires du secteur Holding et divers provenait de One Cast, entité cédée en totalité le 30 octobre 2014.

6. Goodwill

La variation des goodwill sur le premier trimestre 2015 de 42,2 millions d'euros s'explique par la déconsolidation d'Eurosport France (cf faits marquants).

7. Participations dans les coentreprises et les entreprises associées

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

(en millions d'euros)	Groupe Eurosport ⁽¹⁾	Groupe AB ⁽²⁾	Autres ⁽³⁾	Total
Pays	France	France	France	
1^{er} janvier 2014	-	80,2	3,4	83,6
Quote-part de résultat	-	(0,8)	(0,2)	(1,0)
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	(6,7)	-	(6,7)
Variation de périmètre et reclassement	-	-	-	-
Provision pour risque	-	-	(0,1)	(0,1)
31 mars 2014	-	72,7	3,1	75,8
1^{er} janvier 2015	504,5	74,1	3,2	581,8
Quote-part de résultat	0,5	(0,1)	0,3	0,7
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	0,2	0,2
Variation de périmètre et reclassement	0,7	-	-	0,7
Provision pour risque	-	-	-	-
31 mars 2015	505,7	74,0	3,7	583,4

(1) La valeur de mise en équivalence du groupe Eurosport intègre un goodwill provisoire en cours d'affectation pour 402,2 millions d'euros, dont 165,1 millions d'euros de goodwill présent dans les comptes consolidés du Groupe Eurosport.

(2) Compte tenu des calendriers de clôture des comptes de Groupe AB, la quote-part de résultat de Groupe AB retenue au 31 mars 2015 a été calculée sur la base du résultat du 4^{ème} trimestre 2014.

(3) Les autres participations dans les entreprises associées et les coentreprises intègrent notamment TF6, Série Club, Direct Optic Participations et UGC Distribution.

Les coentreprises et les entreprises associées ne présentent pas d'autres produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres.

8. Capital social

Les exercices de stock-options sur la période ont donné lieu à des augmentations de capital, 144 562 actions nouvelles ont ainsi été créées pour un montant s'élevant à 1 million d'euros (cf. tableau de variation des capitaux propres). Au 31 mars 2015, le capital social de TF1 SA est composé de 211 673 326 titres.

9. Capitaux propres – « autres opérations – changement de périmètre » :

- La variation des réserves part du Groupe pour 2,9 millions d'euros est principalement liée à l'application rétroactive de l'interprétation IFRIC 21 (cf note 2.2 – normes IFRS).
- La variation des participations ne donnant pas le contrôle correspond pour - 14,8 millions d'euros à la déconsolidation des 20 % détenus par Eurosport International dans la filiale Eurosport France (cf. faits marquants).

10. Trésorerie nette

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2015.03	2014.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	576,9	501,4
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-	-
Trésorerie disponible	576,9	501,4
Juste valeur des instruments dérivés de taux	-	-
Emprunts long terme	-	-
Dettes financières à court terme	(4,9)	(4,4)
Endettement brut	(4,9)	(4,4)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) - activités poursuivies	572,0	497,0
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) - activités en cours de cession		67,2

Au 31 mars 2015, TF1 dispose :

- d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 905 millions d'euros. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le groupe Bouygues. Au 31 mars 2015, aucun tirage n'a été réalisé auprès de Bouygues ;
- d'un encours de crédit-bail de 0,4 million d'euros lié à la mise en place de matériels techniques.

- ✓ Définition de la trésorerie :

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

<i>(en millions d'euros)</i>	2015.03	2014.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	576,9	501,4
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	-
Comptes courants de trésorerie passifs	(4,5)	(3,2)
Concours bancaires courants	-	-
Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie	572,4	498,2

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

- ✓ Le prix de cession des activités consolidées est constitué du paiement différé de la cession réalisée en mai 2014 de 31 % d'Eurosport SAS et encaissé partiellement sur 2014 (cf. prix de cession des activités consolidées données 2014).
- ✓ Les autres variations de périmètre sur la trésorerie sont constituées de la trésorerie d'Eurosport France cédée et déconsolidée au 31 mars 2015 (cf. faits marquants).

12. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action versé par le Groupe le 28 avril 2015 au titre de l'exercice 2014, ainsi que le montant versé en 2014 au titre de l'exercice 2013.

	Versé en 2015	Versé en 2014
Dividende total (en millions d'euros)	317,3	116,2
Dividende par action ordinaire (en euro)	1,50	0,55

13. Engagements hors bilan sur titres de participation

Suite à l'acquisition par Eurosport SAS de 80 % des titres Eurosport France, les engagements hors bilan concernant Discovery Communications et le groupe TF1 sont à ce jour les suivants :

- Concernant le groupe Eurosport :
 - a) Suite à la cession en mai 2014 de 31 % du capital d'Eurosport SAS et en mars 2015 des 80% d'Eurosport France, TF1 a la possibilité de vendre à Discovery Communications le reste de sa participation dans Eurosport SAS, soit 49 % du capital, à l'intérieur de périodes définies entre le 1^{er} juillet 2015 et le 30 septembre 2016.
- Concernant les chaînes thématiques payantes :
 - b) Suite à l'acquisition en mai 2014 par le groupe Discovery Communications de 31 % de la société Eurosport SAS, TF1 peut jusqu'au 26 novembre 2015, céder à Discovery Communications 15 % du capital des chaînes thématiques payantes, de façon à ce que le groupe Discovery Communications atteigne un pourcentage de détention de 35 %.
 - c) En cas de désengagement total de TF1 dans le groupe Eurosport, Discovery Communications peut céder à TF1 la totalité de sa participation dans les chaînes thématiques à partir du 21 décembre 2018 pendant une période d'un an.

Les montants présentés ci-après dans le tableau des engagements contractuels correspondent aux engagements a), b), évalués sur la base des dernières valeurs d'entreprise. Le dernier engagement c) étant soumis à des conditions non remplies à ce jour, il n'est pas valorisé dans le tableau.

(en millions d'euros)	Références 2015	2015.03	2014.12
Total droits d'achat donnés		-	68,0
Total droits de vente donnés		-	-
Total engagements optionnels donnés par TF1		-	68,0
Total droits d'achat reçus		-	-
Total droits de vente reçus	a),b)	476,0	544,0
Total engagements optionnels reçus par TF1		476,0	544,0
Total engagements sur titres TF1 / Discovery		476,0	612,0

14. Événements postérieurs à la clôture

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

Calendrier prévisionnel

- **23 juillet 2015** : chiffre d'affaires et comptes du premier semestre 2015
- **28 octobre 2015** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2015
- **19 février 2016** : chiffre d'affaires et comptes annuels 2015
- **14 avril 2016** : Assemblée Générale des actionnaires
- **29 avril 2016** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2016

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 305 752,60 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

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

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