

Sommaire

CHIFFRES CLES CONSOLIDES	3
CONTRIBUTIONS AU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	4
PRINCIPAUX EVENEMENTS 2009	5
RAPPORT DE GESTION.....	9
PRESENTATION ANALYTIQUE DU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	17
PRESENTATION DES COMPTES CONSOLIDES	18
BILAN CONSOLIDE	18
BILAN CONSOLIDE - SUITE	19
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	20
ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES	21
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES	21
TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES	22
NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES	23

Chiffres clés consolidés

<i>en millions d'euros</i>	Neuf premiers mois 2009	Neuf premiers mois 2008 Retraité	Neuf premiers mois 2008 Publié	Année 2008 (12 mois)
Chiffre d'affaires*	1 628,5	1 863,9	1 880,3	2 594,7
<i>Recettes Publicité Antenne TF1</i>	966,9	1 187,8	1 187,8	1 647,3
<i>Recettes des autres activités</i>	661,6	676,1	692,5	947,4
Résultat opérationnel	32,7	129,8	129,8	176,5
Résultat net part du groupe	50,7	110,5	110,5	163,8
Capacité d'autofinancement**	100,5	205,0	208,5	269,9
Capitaux propres	1 329,1	1 325,6	1 325,6	1 376,9
Endettement financier net	787,1	714,6	714,6	704,5
Bénéfice net par action (€)	0,24	0,52	0,52	0,77
Bénéfice net dilué par action (€)	0,24	0,52	0,52	0,77

* Le chiffre d'affaires consolidé est retraité du chiffre d'affaires pour compte de tiers (16,4 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2008). Cela n'a pas d'incidence sur le résultat.

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

	Neuf mois 2009	Neuf mois 2008	Année 2008
Nb moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	213 396	213 401	213 400
Cours de clôture fin de période (en euros)	12,01	12,41	10,44
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,6	2,6	2,2

Contributions au compte de résultat consolidé

en millions d'euros	Chiffre d'affaires*				Résultat opérationnel			
	9M 2009	9M 2008 retraité	9M 2008 publié	2008	9M 2009	9M 2008 retraité	9M 2008 publié	2008
SECTEUR ANTENNES FRANCE	1 288,6	1 523,4	1 539,8	2 103,5	24,9	123,8	123,8	164,3
TF1 SA	973,2	1 193,1	1 193,1	1 655,0	- 8,4	104,9	104,9	136,4
Téléshopping	75,8	97,9	109,4	126,3	2,6	5,8	5,8	5,4
Chaînes thématiques France ^a	140,5	138,3	138,3	187,9	13,0	3,8	3,8	3,6
TF1 Entreprises	22,2	20,8	20,8	36,0	- 1,0	- 1,3	- 1,3	- 0,4
Production ^b	14,1	24,0	24,0	31,1	4,4	7,4	7,4	2,7
e-TF1	51,8	43,1	38,1	60,4	- 4,3	- 4,3	- 4,3	- 4,1
Divers ^c	11,0	6,2	16,1	6,8	18,6	7,5	7,5	20,7
SECTEUR DROITS AUDIOVISUELS	104,3	105,9	105,9	174,0	- 22,5	- 7,7	- 7,7	- 10,8
Catalogue ^d	40,5	39,0	39,0	54,7	- 11,2	- 6,3	- 6,3	- 12,9
TF1 Vidéo ^e	63,8	66,9	66,9	119,3	- 11,3	- 1,4	- 1,4	+ 2,1
SECTEUR ANTENNES INTERNATIONALES ^f	234,7	234,0	234,0	316,2	35,7	16,7	16,7	26,6
ACTIVITES DIVERSES ^g	0,9	0,6	0,6	1,0	- 5,4	- 3,0	- 3,0	- 3,6
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	1 628,5	1 863,9	1 880,3	2 594,7	32,7	129,8	129,8	176,5

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

^b entités de production télévisuelle et cinématographique.

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

^d dont principalement TF1 International, Telema et TCM.

^e y compris CIC et RCV.

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

^g Top Ticket.s (Pilipili).

Chiffre d'affaires trimestriel*

en millions d'euros	T1 2009	T1 2008	Var 09/08	T2 2009	T2 2008	Var 09/08	T3 2009	T3 2008	Var 09/08
SECTEUR ANTENNES FRANCE	435,4	552,6	- 21,2 %	477,6	571,9	- 16,5 %	375,6	398,9	- 5,8 %
SECTEUR DROITS AUDIOVISUELS	33,0	36,5	- 9,5 %	35,9	41,2	- 12,9 %	35,4	28,2	+ 25,5 %
SECTEUR ANTENNES INTERNATIONALES	69,2	64,2	+ 7,8 %	78,1	86,1	- 9,3 %	87,4	83,7	+ 4,4 %
ACTIVITES DIVERSES	0,3	0,1	x 3	0,6	0,2	x 3	0,0	0,3	ns
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	537,9	653,4	- 17,7 %	592,2	699,4	- 15,3 %	498,4	511,1	- 2,5 %

* Le chiffre d'affaires consolidé est retraité du chiffre d'affaires pour compte de tiers (16,4 millions d'euros sur les trois premiers trimestres 2008 dont 5,7 millions d'euros au T3 2008). Cela n'a pas d'incidence sur le résultat.

Principaux évènements 2009

ANTENNES FRANCE

L'Antenne TF1

La loi relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de télévision a été adoptée le 5 janvier 2009, promulguée le 5 mars 2009 et publiée au Journal Officiel du 7 mars 2009.

Elle marque l'arrêt de la publicité sur les écrans de France Télévisions entre 20h et 6h à compter du 5 janvier 2009.

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

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

Sur les neuf premiers mois de l'année, TF1 est leader sur 94 % des soirées¹ et obtient 49 des 50 meilleures audiences.

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

Le 26 août 2009, TF1 a présenté sa grille de rentrée avec 40 nouveautés et comme mot d'ordre la diversité, la proximité, le renouveau et l'inattendu.

Le 25 septembre 2009, la finale de *Secret Story*, après 14 semaines de diffusion, a rassemblé près de 5 millions de téléspectateurs et le site dédié a attiré sur la période 100 millions de visiteurs, soit plus de 1 million de visites par jour. Cette émission témoigne du succès de la stratégie du rebond entre les Antennes et le web.

Les chaînes thématiques

Sur les neuf premiers mois de l'année 2009, TMC confirme sa position de leader des chaînes de la TNT, avec 2,5 % de part d'audience nationale¹ et 18 émissions à plus de 1 million de téléspectateurs. TMC revêt, par ailleurs, une nouvelle identité visuelle, dévoile son nouveau logo et passe au 16/9^e.

Le 11 juin 2009, TF1 et Groupe AB signent un accord visant le rachat par TF1 de 100 % de NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB, ce qui porterait à 80 % la participation de TF1 dans cette chaîne. Cette opération est soumise à l'examen des autorités compétentes. L'Autorité de concurrence a soumis ce dossier à un examen approfondi (Phase II), par décision en date du 26 août 2009. Saisi par cette même autorité, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a remis un avis consultatif le 29 septembre 2009.

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

LCI Radio est aussi disponible sur iPhone et iPod Touch.

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

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

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

Le 29 juillet 2009, LCI lance son application Android, à l'occasion de la sortie du téléphone Samsung Galaxy chez Bouygues Telecom, premier smartphone grand public fonctionnant grâce au système d'exploitation de Google.

Le 28 août 2009, la consultation lancée auprès des opérateurs satellite, afin d'envisager une distribution non exclusive des chaînes thématiques, arrive à échéance. Les propositions en matière de rémunération étant

¹ Source : Médiamétrie Médiamat – Individus âgés de 4 ans et plus (NB : sur la durée des *prime times* de TF1)

jugées insuffisantes, les chaînes thématiques du groupe TF1 resteront donc distribuées en exclusivité par Canalsat jusqu'à fin 2011.

Autres sociétés

TF1 Publicité

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

TF1 Production

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

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

Téléshopping

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

e-TF1

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

Le 27 juillet 2009, TF1 investit l'iPhone et lance TF1 Player qui permet de suivre en direct, voir et revoir les programmes de la chaîne. Le lancement de cette application permet à TF1 d'être présente sur tous les supports et notamment ceux privilégiés par les consommateurs.

MyTF1 est lancé en phase de test le 21 septembre 2009. Ce premier portail reprend les contenus de TF1 et est accessible par la BBox de Bouygues Telecom. C'est une innovation forte permettant au Groupe de développer ses produits sur de nouveaux canaux.

TF1 Entreprises

Le 31 mai 2009, lors du Licensing Show de Las Vegas, TF1 Games s'est vu décerner par la Twentieth Century Fox le trophée du Licencié de l'année (médaille d'argent) pour son travail novateur sur la marque *L'Âge de Glace*. Cette récompense internationale - toutes licences confondues - est pour TF1 Games l'aboutissement des efforts déployés dans le domaine des licences.

Le 10 juillet 2009, TF1 Licences remporte le contrat d'agent pluriannuel pour la marque All Blacks, pour une exploitation en licence promotionnelle sur le marché français.

TF1 Entreprises complète son catalogue de licences en devenant le 15 septembre 2009 agent de la marque Babar en France et dans d'autres territoires européens comme la Belgique, les Pays-Bas, Monaco, Andorre, DOM-TOM et la Suisse francophone.

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

Après le spectacle *Cléopâtre*, la comédie musicale *Mozart* lancée le 22 septembre 2009 remporte un franc succès avec 180 754 places vendues au 1^{er} octobre 2009.

DROITS AUDIOVISUELS

TF1 International

Le 1^{er} juillet, TF1 et UGC ont signé un accord afin de mutualiser les compétences des deux groupes dans le domaine de l'acquisition de droits cinématographiques, la distribution de films en salle en France et la vente de droits audiovisuels à l'étranger. Après obtention de l'autorisation des autorités compétentes, les actes définitifs de l'accord ente TF1 International et UGC Image ont été signés le 28 septembre 2009.

TF1 Vidéo

Le 16 janvier 2009, TF1 Vision lance sur iTunes Store une application pour iPhone qui permet de retrouver les bandes annonces et extraits des dernières nouveautés mises en ligne sur le site TF1 Vision.

Le 29 mai 2009, TF1 Vidéo et Sony Pictures Home Entertainment ont annoncé la création d'un groupement d'intérêt économique pour la distribution de produits vidéo sur le marché français. Le GIE a pour objet, par la mise en commun de moyens, d'assurer la vente commerciale des DVD et Blu Ray du catalogue TF1 vidéo d'une part et du catalogue SPHE d'autre part. L'activité du GIE a démarré le 1^{er} septembre 2009.

TF1 Vision, en partenariat avec Sony Ericsson, lance le 15 juin 2009 la première plate-forme de Vidéo à la Demande locative pour le nouveau mobile W995.

Le 30 juillet 2009, Orange et TF1 Vidéo annoncent la signature d'un accord portant sur l'exploitation de contenus de TF1 Vision, le service de Vidéo à la demande du groupe TF1, sur la plateforme VoD d'Orange. Elle permet à TF1 Vidéo une plus large diffusion de ses contenus.

TF1 Vision poursuit son déploiement avec l'ouverture de son service sur 24/24 Vidéo d'Orange le 29 septembre. Il est disponible chez les principaux fournisseurs d'accès à Internet avec une offre de plus de 6 500 programmes. TF1 Vision profite également d'une actualité cinématographique particulièrement dynamique avec la mise en ligne de films comme *Go Fast*, *LOL* ou *Le Transporteur 3*. Enfin, les séries proposées en avant première, comme *Grey's Anatomy* Saison 5, *Dr House* Saison 5 et *Lost* Saison 5 ont, elles aussi, réalisé de très belles performances.

ANTENNES INTERNATIONALES

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

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

Le 30 juillet 2009, Eurosport lance l'application iPhone Eurosport qui propose un contenu sportif unique en Europe, avec notamment une couverture en direct de grandes compétitions et les résultats sportifs.

Le 3 août 2009, le groupe Eurosport lance la chaîne Eurosport 2 North and Eastern Europe qui sera diffusée 24 heures sur 24 dans 22 pays d'Europe du Nord et de l'Est en Haute Définition. Cette chaîne de sport nouvelle génération, qui présente du direct et des informations sportives, démontre la puissance de la marque Eurosport à l'International.

DEVELOPPEMENT DURABLE

Le 28 avril 2009, TF1 et cinq partenaires lancent la campagne Ecoprod qui institue des principes fondateurs pour une production cinématographique et audiovisuelle respectueuse de l'environnement.

Début septembre 2009, TF1 a accueilli la deuxième promotion de la Fondation d'entreprise TF1. Neuf jeunes issus de quartiers dits sensibles ont intégré pour deux ans TF1 dans différents départements.

Le 29 septembre 2009, TF1 lance une campagne de communication interne et externe autour du handicap. Cette campagne est organisée par la Mission Actions Handicap du groupe et le Comité de Direction.

DIVERS

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

Rapport de gestion

Boulogne, le 10 novembre 2009

Changement de méthode comptable

En 2009, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS applicables à compter du 1^{er} janvier 2009 indiquées au paragraphe 2.3 des notes annexes des comptes consolidés TF1 et qui sont sans incidence sur les comptes présentés.

Chiffre d'affaires

Les neuf premiers mois de l'année 2009 ont représenté un réel défi pour TF1. La crise économique, mais aussi les changements de réglementation, ont contraint le Groupe à s'adapter rapidement à un nouvel environnement.

Au cours des neuf premiers mois de 2009, le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 est en retrait de 12,6 % à 1 628,5 millions d'euros.

Sur les neuf premiers mois de l'année, les recettes publicitaires nettes de la chaîne TF1 sont en baisse de 18,6 % à 966,9 millions d'euros. Le chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble du groupe TF1 est en retrait de 18,0 % à 1 085,0 millions d'euros. Cette baisse est la conséquence d'un fort repli des investissements publicitaires sur les chaînes historiques ainsi que d'une importante pression sur les prix.

Dans ce contexte économique défavorable, le chiffre d'affaires des activités de diversification s'élève à 661,6 millions d'euros, en retrait de 2,1 %.

Au cours du troisième trimestre, le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 est en retrait de 2,5 % à 498,4 millions d'euros.

Le troisième trimestre témoigne d'une relative amélioration de la tendance du marché publicitaire, due au retour des volumes d'investissements publicitaires dans certains secteurs, notamment la grande consommation. Dans ces conditions, au troisième trimestre, le chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1 est en baisse de 5,5 % à 280,4 millions d'euros. Le chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble du groupe TF1 est en retrait de 6,8 % à 317,5 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires des activités de diversification s'élève, pour le troisième trimestre, à 218,0 millions d'euros, en amélioration de 1,6 %.

En termes de chiffre d'affaires, le troisième trimestre confirme le recul des activités de Téléshopping, à cause de la contraction de la demande, et du Pôle production, du fait de l'absence de tournées et d'un effet de base défavorable. En revanche, le troisième trimestre confirme l'amélioration des performances d'Eurosport international grâce à l'activité abonnements, de e-TF1 grâce à l'interactivité, et de l'ensemble des autres chaînes du Groupe.

Plan d'optimisation

Le plan d'optimisation a été poursuivi et accéléré lors du troisième 2009.

Sur le coût de la grille

Hors événements sportifs, le coût de grille était en économie de 5 millions d'euros à fin juin 2009. Au troisième trimestre, le coût de grille est en économie de 26 millions d'euros à 209 millions d'euros. Ainsi, le coût de la grille de la chaîne TF1 s'élève à 664 millions d'euros pour les neuf premiers mois de 2009, contre 695 millions d'euros à fin septembre 2008, soit une diminution de 31 millions d'euros.

Le coût de grille des 9 premiers mois 2009 hors événements sportifs spéciaux intègre également, pour une dizaine de millions d'euros, les programmes diffusés en juin 2009 pour remplacer les cases occupées par les matches de football de juin 2008.

Il convient également de mettre en exergue le fait que les 54 millions d'euros de l'Euro 2008 ne seront pas réinvestis dans la grille 2009.

Ainsi, à fin septembre 2009, le coût de grille est en recul de 85 millions d'euros sur un an.

Les économies importantes réalisées sur le coût de la grille témoignent d'une réelle optimisation et d'un travail de fond, de renégociation des coûts unitaires des programmes, de limitation des engagements et d'une meilleure utilisation des stocks. Durant l'été, les programmes ont été choisis en tenant compte de leur coût tout en maintenant des niveaux d'audiences et des recettes satisfaisantes.

Sur les autres charges

L'économie sur les autres charges s'élevait à 26 millions d'euros à fin juin 2009.

A fin septembre, les économies réalisées s'élèvent à 30 millions d'euros :

- dont 12 millions d'euros au titre de la performance achats ;
- dont 10 millions d'euros pour les activités arrêtées (Survivitation.com et France 24) au travers de 4 millions d'euros de plus-values et 6 millions d'euros d'économies de charges ;
- dont 8 millions d'euros pour la réduction des autres charges.

Enfin, dans un contexte économique tendu, toutes les entités du Groupe ont mené un important travail d'optimisation des structures et des coûts.

Résultats

Le résultat opérationnel des neuf premiers mois de l'année 2009 s'établit à 32,7 millions d'euros en baisse de 97,1 millions d'euros. Il est impacté négativement par :

- la baisse des revenus publicitaires,
- une charge supplémentaire imposée par la nouvelle taxe relative au financement de l'audiovisuel public pour 14 millions d'euros,
- les charges de réorganisation à hauteur de 19 millions d'euros.

Le résultat opérationnel du troisième trimestre 2009 ressort à - 4,8 millions d'euros versus - 41,6 millions d'euros un an plus tôt. Cette amélioration des résultats du troisième trimestre, explicable pour partie, par un effet de base favorable lié à l'absence d'événements sportifs tels que les Jeux Olympiques pour Eurosport, témoigne également des actions entreprises par le Groupe depuis plusieurs mois pour s'adapter à son nouvel environnement et pour maîtriser ses coûts.

Le résultat net du troisième trimestre ressort à + 1,7 million d'euros versus - 14,5 millions d'euros au troisième trimestre 2008.

Le coût de l'endettement financier net passe de - 20,3 millions d'euros à - 15,3 millions d'euros soit un allègement de 5,0 millions d'euros. Celui-ci est principalement lié à la baisse des taux d'intérêt qui permet une baisse des charges d'intérêt ainsi qu'une amélioration de la valeur du portefeuille de couverture de taux.

Les autres produits et charges financiers sont de 23,7 millions d'euros au 30 septembre 2009 contre 27,8 millions d'euros un an plus tôt. Ce montant provient principalement de l'actualisation de la valeur de l'option de vente des 9,9 % détenus par le groupe TF1 dans Canal+ France et de la valorisation du portefeuille de couverture de change, diminuées d'une provision sur un actif financier.

La charge d'impôt s'élève à 2,8 millions d'euros, en diminution de 31,9 millions d'euros du fait de la diminution du résultat fiscal.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence progresse de 4,5 à 12,4 millions d'euros, du fait de la bonne performance de Groupe AB.

Ainsi, le résultat net des 9 premiers mois de l'année 2009 s'élève à 50,7 millions d'euros, contre 110,5 millions d'euros un an plus tôt.

Structure Financière

Au 30 septembre 2009, les capitaux propres de TF1 sont de 1 329,1 millions d'euros pour un total bilan de 3 755,0 millions d'euros.

La baisse des flux générés par l'activité a entraîné une augmentation de l'endettement financier net qui s'élève à 787,1 millions d'euros, soit + 82,6 millions d'euros par rapport au 31 décembre 2008. Le *gearing* est de 59 %. L'endettement est en partie constitué de 500 millions d'euros d'emprunt obligataire à échéance novembre 2010 ; le solde est principalement composé de tirages sur des lignes de crédit. Les dettes ne sont pas soumises à des covenants financiers.

Au cours des neuf premiers mois de 2009, cinq nouvelles lignes de crédit ont été signées pour un montant de 320 millions d'euros, d'une maturité de 3 à 5 ans. Par ailleurs, TF1 dispose d'une option de vente de sa participation dans Canal+ France pour un montant minimum garanti de 746 millions d'euros.

Perspectives 2009

Afin de tenir compte de l'évolution du marché publicitaire d'ici la fin de l'année, le groupe TF1 a un objectif de chiffre d'affaires consolidé pour l'exercice 2009 de - 11 %, à comparer à une hypothèse de travail de - 13 % et maintient son objectif d'économies à 70 millions d'euros sur l'exercice.

Conformément à la stratégie définie par Nonce Paolini, le Groupe poursuit sa mutation en adaptant son modèle économique au nouvel environnement.

1. Antennes France

Le pôle Antennes France génère un chiffre d'affaires de 1 288,6 millions d'euros, en baisse de 15,4 %, pour un résultat opérationnel de 24,9 millions d'euros.

1.1. Antenne TF1³

Au 30 septembre 2009, 85 % des individus âgés de 4 ans et plus ont accès à une offre élargie de chaînes, soit + 12 points par rapport à la même période de 2008.

Dans ces nouvelles conditions de marché, TF1 a su s'adapter et reste la chaîne qui rassemble tous les publics. Elle propose une gamme diversifiée de programmes de tous les genres. Cette créativité de la programmation permet d'afficher sur l'ensemble de la journée, au cours du troisième trimestre, une part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus de 26,3 % (versus 26,6 % au premier trimestre et 25,9 % au second trimestre de 2009). La part d'audience de TF1 sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats atteint 30,9 % au troisième trimestre (versus 30,2 % au premier trimestre et 28,8 % au deuxième trimestre de 2009).

Sur l'ensemble des neuf premiers mois de l'année, la part d'audience de la chaîne est de 26,3 % sur l'ensemble des individus et de 29,9 % sur la cible publicitaire des Femmes de moins de 50 ans responsables des achats.

L'information, le sport, la fiction française, les séries américaines, la jeunesse, les flux, le cinéma restent les piliers de la grille de la chaîne. L'ensemble de ces programmes permet à TF1 de réaliser 49 des 50 meilleures audiences et de rassembler plus de 9 millions de téléspectateurs à 20 reprises (57 programmes ayant fédéré plus de 8 millions de téléspectateurs) sur les neuf premiers mois de l'année. Le nombre de téléspectateurs en *prime time* de TF1 atteint en moyenne 6,2 millions au cours des neuf premiers mois 2009 confirmant ainsi son statut de chaîne généraliste, grand public, captivante et divertissante.

Le troisième trimestre a été marqué notamment par les succès d'audiences de l'émission de télé-réalité *Secret Story 3*. L'émission quotidienne a rassemblé près de 3 millions de téléspectateurs, soit 41 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats et l'émission hebdomadaire a réuni 4 millions de téléspectateurs en seconde partie de soirée, soit 58 % sur les individus âgés entre 15 et 24 ans.

L'Information de TF1 a confirmé sa position de pilier de la grille et son net leadership, qu'il s'agisse des Journaux Télévisés et des magazines. Le *Journal Télévisé de 13h* a réuni 6 millions de téléspectateurs en moyenne et 47 % de part d'audience (devançant son challenger de 4 millions).

Le *Journal Télévisé de 20h* a rassemblé 7 millions de téléspectateurs en moyenne soit 31 % de part d'audience (devançant son challenger de 3 millions). La nouvelle tranche d'information le samedi de 13h à 14h, lancée le samedi 19 septembre 2009, a réalisé des scores de hauts niveaux avec le *Journal Télévisé de 13h* et *Zoom Sur* ainsi que *Reportages*, qui a réalisé son record d'audience (6 millions de téléspectateurs).

³ Source : Médiamétrie Mediamat / tranche horaire access prime-time : 18h00-19h45 / prime-time : 20h45-22h30 / deuxième partie de soirée : 22h30-24h30

1.2. Régie publicitaire

Dans un marché économique perturbé, les investissements publicitaires plurimédias bruts sont en baisse de 1,8 % à fin septembre 2009. Hors Internet, le marché des médias recule de 3,4 %.

Sur les neuf premiers mois de l'année, les investissements bruts sur Internet (display) affichent une progression plus modérée qu'en 2008 (+ 7,3 % sur janvier-septembre 2009 vs +34,3 % en 2008).

Le premier média investi en France reste la presse à fin septembre 2009, avec des recettes brutes de 4,9 milliards d'euros, en baisse de 7,5 % (plus forte baisse en valeur) soit 402 millions d'euros.

La télévision (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite), deuxième média, avec des recettes brutes de 4,6 milliards d'euros à fin septembre 2009, affiche un léger repli de 0,3 %, du fait de la baisse des investissements de la TV Nationale (- 8,3 %) expliquée, principalement, par l'arrêt de la publicité après 20h sur France Télévisions et la conjoncture économique défavorable. Les investissements sur les chaînes de la TNT gratuite progressent de 60,2 % alors que le marché du CabSat est en retrait de 8,6 %.

La radio confirme à fin septembre 2009 son statut de média de crise avec une croissance de 5,1 % comparée à la même période l'année précédente.

La part de marché publicitaire de TF1 sur l'univers TTV s'établit à 42,9 %⁴, en recul de 2,7 points sur un an. Dans ce contexte, la chaîne TF1 voit ses recettes brutes diminuer au cours des neuf premiers mois de 2009 de 6,1 % par rapport à la même période en 2008, cela s'explique principalement par :

- Le secteur de l'*Alimentation*, premier secteur annonceur sur TF1, représentant 23,5 % des recettes publicitaires brutes sur les neuf premiers mois de l'année 2009, est en baisse de 2,5 % sur les neuf premiers mois. Ce secteur a été fortement impacté par la crise économique en début d'année, le troisième trimestre ayant cependant vu une reprise des investissements publicitaires (+ 18 % comparé au troisième trimestre 2008).
- Le secteur de la *Distribution*, qui représente 6,7 % des recettes publicitaires de TF1, est en hausse de 4,8 % après un début d'année également difficile. Les marques de distributeurs ont légèrement repris leurs investissements publicitaires sur les derniers mois.
- Après un premier semestre positif, le secteur *Entretien* poursuit sa hausse avec une croissance de 6,5 % à fin septembre 2009. La télévision représente un vecteur efficace pour les grandes marques de ce secteur.
- Le secteur *Automobile*, qui correspond à 8,8 % des recettes brutes de TF1, connaît toujours une période difficile avec une réduction des investissements publicitaires de 11,1 %, malgré les primes à la casse.
- Le secteur des *Etablissements Financiers* a réduit sa récente prise de parole surtout en ce qui concerne l'assurance, ce qui se traduit par une réduction des investissements de 1,3 % et participe à hauteur de 6,9 % des recettes publicitaires TF1.

Au cours des trois premiers trimestres 2009, dans un marché conjoncturel et structurel perturbé, le chiffre d'affaires publicitaire net de TF1 est en recul de 18,6 %.

Après un recul de 27,1 % au premier trimestre 2009, de 18,9 % au deuxième trimestre 2009, le chiffre d'affaires publicitaire du troisième trimestre 2009 est en recul de 5,5 %, confirmant le retour des volumes d'investissements publicitaires dans certains secteurs, notamment la grande consommation.

1.3. Les chaînes thématiques France

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques TF1 s'élève à 140,5 millions d'euros sur les neuf mois de 2009, en croissance de 1,6 % par rapport à la même période en 2008.

Dans un contexte économique toujours difficile, les recettes publicitaires des chaînes thématiques sont en baisse de 5,2 % à 56,5 millions d'euros.

TMC a, pour sa part, et comme la plupart des chaînes de la TNT, bénéficié, au cours des neuf premiers mois de 2009, du report d'une partie des investissements publicitaires des annonceurs.

⁴ TNS Media Intelligence

Les autres recettes du pôle sont en progression de 6,7 %, grâce au soutien des recettes liées aux abonnements, à des offres enrichies avec la haute définition, la télévision de rattrapage mais aussi au développement des sites internet.

Le résultat opérationnel des chaînes thématiques des neuf premiers mois de l'année 2009 est en forte progression à 13,0 millions d'euros soit une augmentation de 9,2 millions d'euros par rapport à la même période de 2008 grâce à la bonne performance de TMC, à une gestion serrée et à une maîtrise des coûts des chaînes payantes.

Enfin, le processus de consultation des opérateurs satellite, xDSL et TNT, lancé par les chaînes du Groupe (Eurosport, Eurosport 2, LCI, TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV) en France métropolitaine et dans les territoires d'outre-mer, a permis de démontrer l'intérêt des principaux distributeurs (Groupe C+, Orange, Free, SFR, TV Numéric, TNS, Parabole Réunion et Médiaserv) pour ces chaînes sans toutefois que les propositions se révèlent suffisantes en matière de rémunération, et ce en raison de la crise du secteur publicitaire notamment. Cette consultation confirme la pertinence du modèle économique des chaînes thématiques en exclusivité.

TMC⁵

A fin septembre 2009, avec 2,5 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus, TMC affiche plus que jamais son statut de première chaîne de la TNT. La chaîne confirme ainsi sa position de septième chaîne nationale qu'elle occupe depuis février 2008.

Depuis le début de l'année 2009, TMC développe son image de chaîne nationale généraliste et familiale grâce à un nouvel habillage et un nouveau logo et renforce sa grille. *New York Police Judiciaire*, *90' Enquêtes ou Robin des Bois*, *Prince des voleurs* entre autres permettent à TMC de rassembler à 18 reprises plus de 1 million de téléspectateurs.

Eurosport France

Sur les neuf premiers mois de l'année, Eurosport France est touchée à la fois par le recul du marché publicitaire et par l'absence d'événements forts prisés par les annonceurs (Coupe d'Afrique des Nations, Euro 2008). Le nombre d'abonnés payants à la chaîne Eurosport France est cependant en progression par rapport à fin septembre 2008, cette croissance provenant essentiellement de la Belgique francophone. Elle est diffusée auprès de 7,4 millions d'abonnés payants.

Par ailleurs, Eurosport France HD, lancée en décembre 2008, continue de progresser : elle témoigne de l'appétence des téléspectateurs pour le sport en haute définition et de la maîtrise des dernières avancées technologiques par Eurosport France. Un service de *catch-up TV* a également été lancé en 2009, en partenariat avec Canalsatellite.

TV Breizh⁵

Pendant l'été 2009, TV Breizh a réalisé un record d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus et sur la cible publicitaire : la chaîne progresse notamment en journée grâce à des rendez-vous familiaux et événementiels comme *MacGyver*, *Arabesque* ou *Close to Home* et *Terminator*. Elle démontre ainsi sa capacité à renouveler son image de marque.

Pôle Découverte

Le Pôle Découverte, composé des chaînes Ushuaïa TV, Histoire, Odysée, propose une offre ciblée de qualité et à la pointe des nouvelles technologies. Le lancement, en avril dernier, pour ces trois chaînes, d'un service de *catch-up TV* sur CanalSatellite a permis d'accroître leur notoriété.

En effet, Ushuaïa propose désormais une offre HD. Elle enrichit ses programmes autour du thème majeur du développement durable avec des émissions comme *Passage au vert* ou *Ushuaïa Nature*.

Histoire continue de valoriser sa marque et modernise son habillage. Elle lance le débat avec *Historiquement Show* et renforce sa ligne éditoriale, tout en maîtrisant ses charges.

Enfin, Odysée oriente sa programmation autour de magazines sur le bien-être et la décoration comme *Du Beau, du Bon, du Bien-être*. En distribution non-exclusive, la chaîne poursuit ainsi sa croissance sur les fournisseurs d'accès à Internet et en Europe francophone.

⁵ Source : Médiamétrie

1.4. Autres sociétés

Malgré un retour de la consommation des ménages en septembre 2009, sur les neuf premiers mois de l'année, le groupe **Téléshopping** est marqué par la crise économique et financière qui affecte son activité sur tous les supports. Sa contribution au chiffre d'affaires du groupe s'établit à 75,8 millions d'euros, soit une baisse de 22,6 % par rapport à la même période de l'année 2008. Malgré l'effort de rationalisation des coûts qui se poursuit depuis le début de l'année, le résultat opérationnel de Téléshopping s'établit à 2,6 millions d'euros (intégrant la plus-value de cession de Surinvitation.com pour 2 millions d'euros), en retrait de 3,2 millions d'euros, soit - 55,2 %.

TF1 Entreprises enregistre une hausse de 6,7 % de son chiffre d'affaires à 22,2 millions d'euros pour un résultat opérationnel sur les neuf premiers mois 2009 à - 1,0 million d'euros contre - 1,3 million d'euros sur la même période 2008 du fait de l'augmentation des charges variables et des résultats contrastés sur le publishing. Le groupe TF1 Entreprises enregistre de bonnes performances sur son activité de Licences grâce notamment aux nouvelles licences acquises : *Barbapapa*, *Hello Kitty*... Les jeux, et notamment l'activité Dujardin qui poursuit son développement sur la gamme *1000 Bornes*, soutiennent la croissance du pôle grâce aux bonnes ventes de *La Roue de la Fortune* ou encore *Une Famille en Or*. Enfin, l'activité Musique enregistre tout de même de belles performances malgré les difficultés du marché du disque avec la vente de l'album de Seal, de Calogero ou encore les spectacles *Cléopâtre* et *Mozart, l'Opéra Rock*.

Le pôle Production réalise un chiffre d'affaires de 14,1 millions d'euros en baisse de 9,9 millions d'euros pour un résultat opérationnel bénéficiaire de 4,4 millions d'euros, en diminution de 3,0 millions d'euros. La baisse du chiffre d'affaires s'explique pour :

- TF1 Films Production par un effet de base défavorable lié aux succès des sorties en salles au premier semestre 2008 (*Bienvenue chez les Ch'tis*) et un troisième trimestre 2009 sans sorties en salles. Pour autant, les sorties de l'année 2009 ont enregistré de belles performances. Sur 15 films sortis en salles, 6 ont dépassé le million d'entrées (*LOL*, *Le Code a changé*...).
- TF1 production : par la non reconduction cette année du spectacle de la Star Academy et de la tournée Blue Man Group ainsi que par la baisse de formats courts dépendants du marché publicitaire. Le résultat opérationnel a été fortement soutenu par les efforts de maîtrise des coûts de production et l'industrialisation des processus.

Le chiffre d'affaires de **e-TF1**⁶ progresse de 20,2 % à 51,8 millions d'euros. Le pôle bénéficie de très bonnes performances en termes d'interactivité grâce aux jeux *A Prendre ou à Laisser*, *Attention à la Marche*, *Qui veut gagner des Millions ?*, *La Roue de la Fortune* et au développement de *Petits Plats en Equilibre*.

L'activité Internet voit les investissements publicitaires fortement reculer du fait du contexte économique.

L'activité mobile a, quant à elle, vu le lancement le 27 juillet 2009 de TF1 Player, ce nouveau produit ayant d'ores et déjà généré 28 000 téléchargements à fin septembre 2009.

Enfin, l'été a été marqué par le succès de *Secret Story*, illustrant parfaitement la stratégie 360 de rebond entre les Antennes et le web. Après quatorze semaines, *Secret Story* expose les audiences sur TF1.fr et WAT avec 100 millions de visites, soit plus de 1 million de visites par jour et 310 millions de vidéos ont été consultées depuis le lancement.

Pour conclure, plus de 17,5 millions d'internautes français viennent et reviennent sur les sites du groupe TF1 en septembre 2009. Ils permettent à TF1 de confirmer sa position de leader des groupes médias sur le web.

Les derniers développements, comme le lancement du nouveau tf1.fr ou de My TF1 pèsent sur les charges. Cependant, le résultat opérationnel de - 4,3 millions d'euros est stable par rapport à la même période 2008.

2. Droits Audiovisuels

Le secteur Droits Audiovisuels génère un chiffre d'affaires de 104,3 millions d'euros au cours des neuf premiers mois de 2009, en baisse de 1,5 % et une perte opérationnelle de 22,5 millions versus 7,7 millions d'euros un an plus tôt.

Les activités **Catalogue** et Exploitation des films en salles voient leur chiffre d'affaires progresser de 1,5 million d'euros à 40,5 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires progresse sur l'activité Films Frais malgré une différence de saisonnalité défavorable sur les sorties en salles (10 films en 2009 versus 19 en 2008) et grâce aux deux sorties de cet été (*Neuilly sa Mère!* et *Une Semaine sur 2* qui enregistrent respectivement à fin septembre 1,8 million entrées et 500 000 entrées).

⁶ Source : Panel NNR Médiamétrie Septembre 2009, tous lieux de connexion, application Internet exclus

Le résultat opérationnel est impacté essentiellement par les charges de l'activité Exploitation des films en salles du fait des moindres performances des films exploités en 2009 (*Walkyrie*, *Bellamy*, *Le Premier Cercle*) et des pertes à terminaison constatées sur les neuf premiers mois de 2009. La perte opérationnelle des activités Catalogue et Films frais s'élève à 11,2 millions d'euros contre 6,3 millions d'euros sur la même période 2008.

A fin septembre 2009, le chiffre d'affaires de l'activité **Vidéo** s'établit à 63,8 millions d'euros, en recul de 4,6 %. L'activité kiosque et celle de la location physique sont touchées par un marché en déclin. En revanche, malgré un maintien des volumes physiques, le chiffre d'affaires est fortement impacté par un double effet prix : la baisse du prix du DVD sur l'ensemble du marché et l'opération "20 ans" de TF1 Vidéo. Par ailleurs, l'activité TF1 Vision progresse, portée par les nouveaux partenariats de distribution de fournisseurs d'accès à Internet. Le résultat opérationnel s'établit à - 11,3 millions d'euros contre - 1,4 million d'euros au cours des neuf premiers mois de l'année 2008. La baisse du résultat opérationnel liée à l'activité est de 4 millions d'euros, le solde étant dû à une reprise de provision exceptionnelle, comptabilisée au premier semestre 2008.

3. Antennes Internationales

Eurosport International

Présente dans 59 pays au travers de 20 versions linguistiques, la chaîne Eurosport est reçue par 117,4 millions de foyers en Europe (+ 2,4 millions par rapport à fin septembre 2008), dont 75,8 millions d'abonnés payants. Cette croissance repose à l'Est sur le triptyque Pologne, Roumanie et Russie (+ 1,8 million d'abonnés) et au Sud sur les pays du bassin méditerranéen -Turquie, Espagne, Portugal - (+ 0,9 million d'abonnés) lesquels ont signé de nouveaux accords de distribution (Dogan, Sogecable, Meo).

Le chiffre d'affaires Abonnements progresse en un an. Cette progression s'appuie essentiellement sur les chaînes Eurosport Haute Définition lancées fin mai 2008, qui sont reçues par 4 millions d'abonnés, et Eurosport 2, reçue par 38 millions d'abonnés payants au 30 septembre 2009, confirmant ainsi l'efficacité de la stratégie de localisation et l'appétence du marché pour les technologies avancées. A fin septembre 2009, le chiffre d'affaires publicitaire est en baisse de 25,6 % à 47,4 millions d'euros, les annonceurs, face à la crise économique internationale, ayant diminué massivement leurs investissements de communication.

Les audiences Internet restent dynamiques et placent Eurosport au premier rang Européen. Avec le lancement le 19 janvier 2009 d'un site Internet en Pologne, Eurosport compte désormais 9 déclinaisons locales de son site internet. Ces sites confirment leurs bonnes performances avec une moyenne journalière de 1,6 million de visiteurs uniques à fin septembre 2009, soit une augmentation de 26 % sur 12 mois.

Le chiffre d'affaires généré par l'organisation d'événements progresse à fin septembre 2009, grâce à l'augmentation du nombre d'événements ainsi qu'au développement des événements existants.

Enfin, le 30 juillet 2009, Eurosport lance l'application iPhone Eurosport qui propose un contenu sportif unique en Europe avec notamment une couverture en direct de grande compétition et les résultats sportifs. C'est un lancement réussi qui confirme le statut d'Eurosport comme la plateforme multimédia de sport de référence.

D'importants efforts d'optimisation réalisés dans la structure des coûts (y compris de la plateforme multimédia), l'optimisation des droits, la diminution des frais de gestion et de structure, ajoutés à un effet de base favorable (Jeux Olympiques de Pékin 2008) et à une baisse des coûts commerciaux corrélés à la baisse d'activité ont permis de compenser la baisse des revenus et d'accroître la rentabilité du pôle.

Le résultat opérationnel sur les neuf premiers 2009 s'établit à 33,7 millions d'euros contre 16,7 millions d'euros un an auparavant soit une amélioration de 17 millions d'euros.

SPS

SPS, société détenue à parts égales par Eurosport et Serendipity, a investi le marché des jeux et paris sportifs en ligne. SPS a lancé le 1^{er} juin 2009 sa première plate-forme d'exploitation commerciale au Royaume-Uni, après l'obtention d'une "Full e-gaming license" sur le territoire britannique attribuée par l'Alderney Gambling Control Commission le 28 janvier 2009.

Au 30 septembre 2009, après quatre mois d'exploitation, le chiffre d'affaires de cette activité est non significatif. La quote-part pour TF1 des charges de SPS s'élève à 2,0 millions d'euros et correspond à la masse salariale de l'entreprise et aux coûts de développement de la plateforme technique, constatés à travers les amortissements qui s'y rapportent.

Les prochaines étapes de son développement seront marquées par le lancement d'une offre de poker en ligne au Royaume-Uni au quatrième trimestre et par les demandes d'attribution des licences de jeux en ligne pour le marché français, courant 2010.

4. Evènements survenus depuis la clôture

Les actionnaires de la société Top Ticket.s, éditeur du journal d'annonces Pilipili, ont initié un processus de cession de leur filiale, dont le groupe TF1 détient 39,2 %. Le projet a été présenté au Comité d'Entreprise qui a rendu un avis favorable.

Dans les conditions actuelles de l'offre reçue, cette cession ne devrait pas avoir d'incidence significative sur les résultats du quatrième trimestre 2009.

5. Point social

Au 30 septembre 2009, l'effectif du groupe TF1 est de 3 669 personnes contre 3 731 au 31 décembre 2008 et à comparer à 3 768 au 30 septembre 2008.

6. Risques et litiges

Les risques et litiges mentionnés au premier semestre n'ont pas subi d'évolution majeure au cours du troisième trimestre 2009, à l'exception du processus de consultation pour la distribution des chaînes thématiques du groupe TF1 qui a pris fin et qui a confirmé un modèle de distribution exclusive.

Un contentieux de TF1 International relatif à l'acquisition de droits cinématographiques méritera un suivi dans les mois qui viennent.

7. Développement durable

TF1 premier média français se doit d'être le premier média du développement durable. TF1 a depuis 3 ans considérablement accru sa contribution à la nouvelle dynamique sociale et environnementale. L'année 2009 est à cet égard représentative de l'effort des antennes comme de l'ensemble de l'entreprise.

Après le lancement d'Ecoprod au deuxième trimestre 2009 (démarche pour des productions cinématographiques et audiovisuelles respectueuses de l'environnement), TF1 a été particulièrement active au troisième trimestre en termes de soutien au handicap. Le groupe TF1 a lancé le 29 septembre 2009 une campagne de communication autour du handicap, en jouant sur les mots pour mieux déjouer les idées reçues. Cette campagne doit remplir un double objectif : changer la perception du handicap au travail tout en rendant visible l'engagement du groupe TF1.

8. Titre

Au 30 septembre 2009, l'action TF1 clôture à 12,0 € soit une hausse de 15 % depuis le début de l'année, à comparer à une hausse de 18 % du CAC 40 et de 12 % du SBF 120.

La valorisation boursière du groupe TF1 est au 30 septembre 2009 de 2,6 milliards d'euros.

Présentation analytique du compte de résultat consolidé

en millions d'euros	9 mois 2009	9 mois 2008 Retraité	9 mois 2008 Publié	2008
Antenne TF1				
Recettes de publicité	966,9	1 187,8	1 187,8	1 647,3
Coût de la régie	(49,3)	(57,0)	(57,0)	(79,0)
RECETTES NETTES DIFFUSEUR	917,6	1 130,8	1 130,8	1 568,3
Prélèvements obligatoires				
- Auteurs	(36,7)	(46,2)	(46,2)	(63,6)
- CNC	(52,3)	(62,3)	(62,3)	(87,3)
- Taxe sur la publicité diffusée	(14,0)	-	-	-
Coûts de diffusion				
- TDF, Satellites, Circuits	(39,9)	(40,7)	(40,7)	(54,0)
Coût de la grille (hors Euro 2008)	(664,3)	(694,6)	(694,6)	(978,2)
Coût de l'Euro 2008		(54,5)	(54,5)	(53,9)
MARGE BRUTE GRILLE	110,4	232,5	232,5	331,3
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	659,9	675,1	691,5	946,0
Autres charges opérationnelles	(655,0)	(684,6)	(701,0)	(953,7)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(82,6)	(93,2)	(93,2)	(147,1)
RESULTAT OPERATIONNEL	32,7	129,8	129,8	176,5
Coût de l'endettement financier net	(15,3)	(20,3)	(20,3)	(22,4)
Autres produits et charges financiers	23,7	27,8	27,8	40,9
Impôts	(2,8)	(34,7)	(34,7)	(40,8)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	12,4	7,9	7,9	9,6
RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE	50,7	110,5	110,5	163,8
Part des minoritaires	0,0	0,0	0,0	0,0
RESULTAT NET CONSOLIDE PART DU GROUPE	50,7	110,5	110,5	163,8

BILAN CONSOLIDE

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2009.09	2008.12	2008.09
Goodwill		506,9	506,1	506,4
Immobilisations incorporelles		156,5	168,0	248,8
Droits audiovisuels		118,0	132,8	213,8
Autres immobilisations incorporelles		38,5	35,2	35,0
Immobilisations corporelles		191,3	178,0	169,3
Participations dans les entreprises associées	5	273,2	259,3	257,6
Actifs financiers non courants		24,8	741,0	726,0
Actifs d'impôt non courants		17,3	17,2	16,0
Total actifs non courants		1 170,0	1 869,6	1 924,1
Stocks et en-cours		622,6	558,4	536,7
Programmes et droits de diffusion		607,8	542,0	514,4
Autres stocks		14,8	16,4	22,3
Clients et autres débiteurs		1 176,1	1 226,8	1 110,8
Actifs d'impôt courants		11,9	46,8	50,9
Autres actifs financiers courants	6	757,0	14,0	10,3
Trésorerie et équivalents de trésorerie	10	13,4	9,8	69,0
Total actifs courants		2 581,0	1 855,8	1 777,7
Actifs en cours de cession		-	14,8	-
TOTAL ACTIF		3 751,0	3 740,2	3 701,8

BILAN CONSOLIDE - SUITE

PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2009.09	2008.12	2008.09
Capital		42,7	42,7	42,7
Primes et réserves		1 235,7	1 170,4	1 172,4
Résultat consolidé de l'exercice		50,7	163,8	110,5
Total capitaux propres part du groupe		1 329,1	1 376,9	1 325,6
Intérêts minoritaires		-		-
Total capitaux propres		1 329,1	1 376,9	1 325,6
Emprunts long terme	7	767,1	695,5	737,5
Provisions non courantes		58,8	57,2	33,7
Passifs d'impôt non courants		3,1	2,9	3,0
Total passifs non courants		829,0	755,6	774,2
Dettes financières à court terme	7	41,0	22,9	49,9
Fournisseurs et autres créditeurs		1 481,1	1 514,9	1 482,6
Provisions courantes		52,1	43,5	61,3
Passifs d'impôt courants		0,8	1,2	1,4
Autres passifs financiers courants		17,9	10,2	6,8
Total passifs courants		1 592,9	1 592,7	1 602,0
Passifs liés aux actifs en cours de cession		-	15,0	-
TOTAL PASSIF		3 751,0	3 740,2	3 701,8
Endettement financier net (activités poursuivies)		787,1	704,5	714,6
Actifs et passifs en cours de cession		-	-	-
Endettement financier net total		787,1	704,5	714,6

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions d'euros)	Notes	30 septembre 2009	30 septembre 2008	3ème trimestre 2009	3ème trimestre 2008	Exercice 2008
Recettes de publicité		1 085,0	1 322,5	317,5	340,7	1 833,6
- Antenne TF1		966,9	1 187,8	280,4	296,6	1 647,3
- autres supports		118,1	134,7	37,1	44,1	186,3
Recettes de la diversification hors publicité		543,5	541,4	180,9	170,4	761,1
Chiffre d'affaires		1 628,5	1 863,9	498,4	511,1	2 594,7
Autres produits de l'activité		-	0,1	-	-	0,2
Consommation de production externe		(434,1)	(440,2)	(142,6)	(146,3)	(641,2)
Autres achats consommés et variation de stocks		(325,4)	(406,0)	(97,6)	(128,3)	(524,6)
Charges de personnel	8	(304,1)	(326,8)	(97,7)	(104,9)	(445,3)
Charges externes		(349,5)	(369,2)	(112,1)	(122,0)	(527,4)
Impôts et taxes		(99,2)	(100,2)	(29,0)	(27,6)	(138,4)
Dotations nettes aux amortissements		(69,3)	(68,5)	(24,5)	(20,6)	(94,5)
Dotations nettes aux provisions		(13,3)	(24,7)	(5,8)	(3,4)	(52,6)
Autres produits opérationnels		65,7	85,8	25,9	28,1	123,3
Autres charges opérationnelles		(66,6)	(84,4)	(19,8)	(27,7)	(117,7)
Résultat opérationnel courant		32,7	129,8	(4,8)	(41,6)	176,5
Autres produits opérationnels non courants		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles non courantes		-	-	-	-	-
Résultat opérationnel		32,7	129,8	(4,8)	(41,6)	176,5
Produits sur endettement financier		8,2	4,4	0,9	(1,0)	13,4
Charges sur endettement financier		(23,5)	(24,7)	(6,4)	(4,2)	(35,8)
Coût de l'endettement financier net	9	(15,3)	(20,3)	(5,5)	(5,2)	(22,4)
Autres produits financiers		36,5	36,6	13,7	13,4	50,3
Autres charges financières		(12,8)	(8,8)	(9,5)	0,5	(9,4)
Impôt		(2,8)	(34,7)	2,8	16,2	(40,8)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	5	12,4	7,9	5,0	2,2	9,6
Résultat net des activités poursuivies		50,7	110,5	1,7	(14,5)	163,8
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-	-	-	-
Résultat net		50,7	110,5	1,7	(14,5)	163,8
attribuable au Groupe		50,7	110,5	1,7	(14,5)	163,8
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>		-	-	-	-	-
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		213 396	213 401	213 396	213 401	213 400
Résultat net par action (en euros)		0,24	0,52	0,01	(0,07)	0,77
Résultat net dilué par action (en euros)		0,24	0,52	0,01	(0,07)	0,77

ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES

(en millions d'euros)	30 septembre 2009	30 septembre 2008	Exercice 2008
Résultat net consolidé	50,7	110,5	163,8
Ajustements à la juste valeur instruments financiers et autres actifs financiers *	0,8	3,2	1,0
Variation des écarts de conversion	-	-	(0,6)
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	-	0,3
Impôt relatif aux éléments directement crédités ou débités dans les capitaux propres	-	(1,2)	(0,9)
Quote-part des produits et charges des entités associées comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Autres variations nettes	-	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	0,8	2,0	(0,2)
Total des produits et charges comptabilisés	51,5	112,5	163,6
<i>attribuable au Groupe</i>	51,5	112,5	163,6
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>	-	-	-

* Dont ajustements de reclassement inclus dans le résultat net : couverture de flux de trésorerie pour 1,5M€.

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	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2008	42,7	2,8	(0,4)	1 336,8	(5,0)	1 376,9	-	1 376,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paievements fondés sur des actions	-	-	-	1,0	-	1,0	-	1,0
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(100,3)	-	(100,3)	-	(100,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	50,7	-	50,7	-	50,7
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	0,8	0,8	-	0,8
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2009	42,7	2,8	(0,4)	1 288,2	(4,2)	1 329,1	-	1 329,1

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2007	42,7	2,8	(4,7)	1 358,0	(4,8)	1 394,0	-	1 394,0
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paievements fondés sur des actions	-	-	4,3	(3,8)	-	0,5	-	0,5
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(181,4)	-	(181,4)	-	(181,4)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	110,5	-	110,5	-	110,5
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	2,0	2,0	-	2,0
SOLDE AU 30 SEPTEMBRE 2008	42,7	2,8	(0,4)	1 283,3	(2,8)	1 325,6	-	1 325,6

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES

(en millions d'euros)	Notes	30 septembre 2009	30 septembre 2008	Exercice 2008
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)		50,7	110,5	163,8
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		80,2	80,3	110,0
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		51,5	58,5	76,7
<i>Immobilisations corporelles</i>		19,8	17,2	24,4
<i>Immobilisations financières</i>		7,1	5,6	5,7
<i>Provisions non courantes</i>		1,8	(1,0)	3,2
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(10,7)	(12,2)	(18,7)
Variations de juste valeur		(25,8)	(26,3)	(43,7)
Paiements fondés sur des actions		1,0	0,5	0,7
Résultat de cessions d'actifs		(0,6)	0,1	1,3
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes		(12,4)	(2,9)	(4,7)
Produits de dividendes (titres non consolidés)		-	-	(2,0)
Sous-total		82,4	150,0	206,7
Coût de l'endettement financier net		15,3	20,3	22,4
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		2,8	34,7	40,8
Capacité d'autofinancement		100,5	205,0	269,9
Impôts versés (-) / remboursés (+)		36,7	(66,2)	(68,0)
Variation du BFR lié à l'activité		(35,0)	42,9	5,8
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		102,2	181,7	207,7
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(77,0)	(77,6)	(87,7)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		2,5	0,8	1,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(3,3)	(4,6)	(4,6)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		1,3	0,3	0,3
Incidence des variations de périmètre		(4,5)	(2,7)	(3,4)
Dividendes reçus		-	-	2,0
Variation des prêts et avances consentis		8,1	(2,7)	(12,3)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(72,9)	(86,5)	(104,4)
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		-	-	-
Rachats et reventes d'actions propres		-	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	11	(100,3)	(181,4)	(181,4)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		71,6	114,8	197,0
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(0,7)	(5,9)	(126,0)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		(3,5)	(13,6)	(27,0)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(32,9)	(86,1)	(137,4)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		(3,6)	9,1	(34,1)
Trésorerie au début de l'exercice		(4,2)	29,9	29,9
Variation de la trésorerie		(3,6)	9,1	(34,1)
Trésorerie à la clôture de l'exercice	10	(7,8)	39,0	(4,2)

NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES

1. Faits marquants

1.1. Accord définitif TF1 International – UGC Image

Le 1er juillet, TF1 et UGC ont signé un accord afin de mutualiser les compétences des deux groupes dans le domaine de l'acquisition de droits cinématographiques, la distribution de films en salle et la vente de droits audiovisuels à l'étranger. Après obtention de l'autorisation des autorités compétentes, les actes définitifs de l'accord entre TF1 International et UGC Image ont été signés le 28 septembre 2009.

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

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

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

Cette opération est soumise à l'examen des autorités compétentes dont la revue est entrée en phase d'analyses approfondies.

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

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

1.4. Cessions réalisées sur le premier semestre 2009

Les participations détenues dans France 24 et Shopping à la Une ont été cédées durant le premier trimestre 2009 (cf variations de périmètre note 3-3 et note 3-4).

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 2009 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales tel que définies par la norme IAS 34 et doivent donc se lire en complément des états financiers consolidés audités de l'exercice clos le 31 décembre 2008 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2008 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 26 mars 2009 sous le numéro D.09-159.

Les états financiers consolidés du Groupe TF1 intègrent les comptes de TF1 SA et de ses filiales et coentreprises ainsi que les participations du Groupe dans les entreprises associées. Ils sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été examinés par le Conseil d'Administration du 10 novembre 2009 et ont fait l'objet d'une revue limitée par les Commissaires aux Comptes.

2.2. Nouvelles normes IFRS

2.2.1. Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union Européenne d'application obligatoire ou pouvant être appliqués par anticipation pour les exercices ouverts à compter du 1er janvier 2009

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

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

Norme	Date d'application			Incidences
	UE ⁽¹⁾		Groupe	
IAS 1 révisée Présentation des états financiers	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 23 révisée Coûts d'emprunts	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 27 révisée États financiers consolidés et individuels	1 ^{er} juillet 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 27 et IFRS 1 Amendement Coût d'une participation dans une filiale, une JV ou entreprise associées	23 janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 32 / IAS 1 Amendement Instruments financiers remboursables par anticipation à la juste valeur et obligations liées à la liquidation	21 janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 39 Amendement Instruments financiers – Éligibilité des instruments couverts	15 septembre 2009		1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 2 Amendement Paiement fondé sur des actions – Conditions d'acquisition et annulation	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRS 3 révisée Regroupements d'entreprises	1 ^{er} juillet 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes en l'absence d'opération de regroupement.
IFRS 8 Secteurs opérationnels	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 11 Actions propres et transactions intra-groupe	1 ^{er} mars 2008		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 12 Concessions	25 mars 2009		1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 13 Programme de fidélisation des clients	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 14 IAS 19 – Limitation de l'actif au titre de prestations définies,	1 ^{er} janvier 2009		1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 15 Contrats de constructions immobilière	22 juillet 2009	*	1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 16 Couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger	4 juin 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (sauf IFRS 5 et IFRS 1)	23 janvier 2009		1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (uniquement IFRS 5 et IFRS 1)	23 janvier 2009	*	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes

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

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

Norme	Date d'application IASB*	Impacts Groupe attendus
IAS 39/ IFRIC 9 Amendement	Dérivés incorporés 30 juin 2009	Sans incidence sur les comptes
IAS 32 Amendement	Classement des droits de souscription émis 1 ^{er} février 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Révisée	1 ^{ère} adoption des IFRS 1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Amendement	Exemptions additionnelles 1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 2 Amendement	Transactions intra-groupe fondées sur des actions et réglées en trésorerie 1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 7 Amendement	Améliorations des informations sur les instruments financiers 1 ^{er} janvier 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 17	Distributions en nature aux actionnaires 1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 18	Transferts d'actifs par des clients 1 ^{er} juillet 2009	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS		1 ^{er} janvier 2010
* <i>sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne</i>		

2.3. Changements de méthode comptable

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

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

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

Ce changement de méthode, sans impact sur le résultat, conduit à ajuster d'un même montant le chiffre d'affaires et les charges opérationnelles du Groupe. Conformément à la norme IAS 18, les comptes au 30 septembre et du troisième trimestre 2008 présentés dans les états financiers au 30 septembre 2009 ont été retraités, l'incidence nette sur le chiffre d'affaires est une diminution de 16,4 millions d'euros pour les trois premiers trimestres 2008 et de 5,7 millions d'euros pour le troisième trimestre 2008.

2.4. Changements de présentation

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

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

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

2.5. Recours à des estimations

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

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

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

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

2.6. Saisonnalité

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

3. Variations du périmètre de consolidation

3.1. Entrée dans le périmètre de consolidation du GIE Sony – TF1 Vidéo

Le Groupement d'Intérêts Economiques Sony – TF1 Vidéo, créé le 29 mai 2009 par TF1 Vidéo et Sony Pictures Home Entertainment (SPHE), est consolidé au 30 septembre 2009 en intégration proportionnelle. L'activité du GIE, qui a démarré au cours du troisième trimestre 2009, n'a pas d'effet significatif sur les comptes à fin septembre.

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

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

3.3. Cession de la participation détenue dans France 24

Le 12 février 2009, TF1 SA a cédé à la société AEF (Audiovisuel Extérieur de la France) les actions France 24 qu'elle détenait et qui représentaient 50% du capital et des droits de vote. Cette cession génère une plus-value nette de 2 millions d'euros enregistrée dans les comptes au 30 septembre 2009 en « autres produits opérationnels ».

3.4. Cession de Shopping à la Une

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

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

Cette cession génère une plus-value nette de 2 millions d'euros enregistrée dans les comptes du 30 septembre 2009 en « autres produits opérationnels ».

4. Secteurs opérationnels

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

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activité stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus dans les environnements économiques donnés. Cette segmentation en secteur d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par les 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 qu'Ushuaïa et TF1 Production.

Droits audiovisuels

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

Antennes Internationales

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

Activités diverses

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

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

(en millions d'euros)	Antennes France		Droits audiovisuels		Antennes internationales		Activités diverses		Total TF1	
	2009.09	2008.09*	2009.09	2008.09	2009.09	2008.09	2009.09	2008.09	2009.09	2008.09
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 288,6	1 523,4	104,3	105,9	234,7	234,0	0,9	0,6	1 628,6	1 863,9
RESULTAT										
Résultat opérationnel courant	24,9	123,8	(22,5)	(7,7)	35,7	16,7	(5,4)	(3,0)	32,6	129,8
Quote-part dans les résultats des entreprises associées ⁽¹⁾	13,5	9,1	-	-	-	-	(1,1)	(1,2)	12,4	7,9
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* impact changement de méthode sur le chiffre d'affaires 2008.09 : - 16,4M€ millions d'euros (cf note 2.3)

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

En 2009 :

- secteur "Antennes France" : la quote-part de résultat égale à 13,5 millions d'euros au 30 septembre 2009 revient au Groupe AB ;
- secteur "Activités diverses" : la quote-part de résultat revient à la société Metro France Publications.

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

5. Participations dans les entreprises associées

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

(en millions d'euros)	Groupe AB (1)	Metro France Publications	Autres (2)	Total
Pays	France / Belgique	France	France	
31 décembre 2007	238,3	12,0	3,1	253,4
Quote-part de résultat	9,1	(1,2)	-	7,9
Dividendes versés	(5,0)	-	-	(5,0)
Variation de périmètre	-	-	1,3	1,3
30 septembre 2008	242,4	10,8	4,4	257,6
31 décembre 2008	244,3	11,2	3,8	259,3
Quote-part de résultat	13,6	(1,1)	(0,1)	12,4
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre	1,5	-	-	1,5
30 septembre 2009	259,4	10,1	3,7	273,2

(1) Compte tenu des calendriers de clôture des comptes du Groupe AB, la quote-part de résultat du Groupe AB retenue au 30 septembre 2009 a été calculée sur la base des résultats cumulés des 4ème trimestre 2008, 1er et 2ème trimestres 2009.

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

Au cours du 3ème trimestre 2009, le Groupe TF1 a renforcé sa participation dans WBTV, qui porte les activités en Belgique du Groupe AB, pour 1,5 millions d'euros passant de 33,5% à 49%. L'écart d'acquisition est en cours d'allocation.

6. Autres actifs financiers courants

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

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

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

La juste valeur de l'actif financier est déterminée à partir du prix plancher de 745,8 millions d'euros, actualisé au taux d'intérêt résultant de l'accord du 6 janvier 2006. La variation de la juste valeur de l'actif financier au 30 septembre 2009 génère un produit de 30,7 millions d'euros, portant la valeur de l'actif financier (titres Canal+ France et option de vente) à 735,3 millions d'euros au 30 septembre 2009.

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

Par ailleurs, TF1 a complété pour 7,2 millions d'euros la dépréciation de sa participation de 50% dans A1 International dont le seul actif est 3% du capital de The Weinstein Company.

7. Endettement financier net

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

(en millions d'euros)	2009.09	2008.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	13,4	9,8
Actifs financiers de gestion de trésorerie	0,7	2,3
Trésorerie active (A)	14,1	12,1
Instruments financiers dérivés de taux actifs	20,8	7,3
Instruments financiers dérivés de taux passifs	(13,9)	(5,5)
Juste valeur des instruments dérivés de taux (B)	6,9	1,8
Emprunts long terme	767,1	695,5
Dettes financières à court terme	41,0	22,9
Endettement brut (C)	808,1	718,4
Endettement net du Groupe (C) – (B) – (A)	787,1	704,5

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

De plus, le Groupe dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires de 1110,5 millions d'euros dont les dates d'échéance sont comprises entre un jour et cinq ans. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le Groupe Bouygues. Au 30 septembre 2009, celle-ci est utilisée à hauteur de 268,5 millions d'euros.

Les instruments dérivés de taux détenus par le Groupe sont :

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

8. Charges de personnel

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

Par ailleurs, le coût de l'avantage calculé au titre des plans octroyés par Bouygues aux collaborateurs du Groupe TF1 n'est pas significatif au 30 septembre 2009.

9. Coût de l'endettement financier net

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

(en millions d'euros)	2009.09	2008.09
Produits d'intérêts	5,0	3,1
Variation de juste valeur de la part couverte de l'emprunt obligataire	-	-
Variation de juste valeur des dérivés de taux	2,8	0,7
Produits et revenus sur actifs financiers	0,4	0,6
Produits sur endettement financier	8,2	4,4
Charges d'intérêts sur dettes financières	(26,9)	(25,6)
Variation de juste valeur des dérivés de taux	3,4	0,9
Charges sur endettement financier	(23,5)	(24,7)
Coût endettement financier net	(15,3)	(20,3)

10. Définition de la trésorerie

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

(en millions d'euros)	2009.09	2008.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	13,4	9,8
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	5,2
Compte courant de trésorerie passifs	(4,9)	(4,2)
Concours bancaires courants	(16,3)	(15,0)
Trésorerie de clôture du tableau de flux	(7,8)	(4,2)

11. Dividendes distribués

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

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

12. Événements postérieurs à la clôture

Les actionnaires de la société Top Ticket.s, éditeur du journal d'annonces Pilipili, ont initié un processus de cession de leur filiale, dont le groupe TF1 détient 39,2 %. Le projet a été présenté au Comité d'Entreprise qui a rendu un avis favorable.

Dans les conditions actuelles de l'offre reçue, cette cession ne devrait pas avoir d'incidence significative sur les résultats du quatrième trimestre 2009.

Télévision Française 1

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

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

Contacts :

Département Relations Investisseurs

Tél : 33 1 41 41 27 32

Fax : 33 1 41 41 29 10

Internet : <http://www.tf1finance.fr>

e-mail : comfi@tf1.fr