



Rapport d'activité

2012

Sommaire

SOMMAIRE	2
RESULTATS	3
Indicateurs financiers	3
Présentation analytique du compte de résultat	4
Contribution des activités au compte de résultat consolidé	5
Résultats financiers par trimestre	6
FAITS MARQUANTS 2012	7
INFORMATION SUR L'ACTIVITE 2012	10
PERSPECTIVES	24
COMPTES CONSOLIDES 2012	26
Bilan Consolidé	26
Bilan Consolidé (suite)	27
Compte de résultat consolidé	28
Etat des produits et charges comptabilisés	29
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	30
Tableau des flux de trésorerie consolidés	31
Notes annexes aux états financiers consolidés	32
CALENDRIER PREVISIONNEL	33

Résultats

Indicateurs financiers

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

<i>en millions d'euros</i>	2012	2011
Chiffre d'affaires consolidé	2 620,6	2 619,7
<i>Recettes Publicité Antenne TF1</i>	<i>1 402,8</i>	<i>1 504,1</i>
<i>Recettes des autres activités</i>	<i>1 217,8</i>	<i>1 115,6</i>
Résultat opérationnel courant	258,1	282,9
Résultat opérationnel	210,4	282,9
Résultat net part du Groupe	136,0	182,7
Capacité d'autofinancement*	277,0	346,4
Total capitaux propres part du Groupe	1 684,8	1 575,1
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-)	236,3	(40,6)
Bénéfice net par action (€)	0,65	0,86
Bénéfice net dilué par action (€)	0,64	0,86

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

	2012	2011
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 716	212 436
Cours de clôture fin de période (en euros)	8,9	7,5
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	1,9	1,6

Présentation analytique du compte de résultat

<i>en millions d'euros</i>	2012	2011
Antenne TF1		
Recettes de publicité	1 402,8	1 504,1
Coût de la régie	(73,5)	(75,2)
RECETTES NETTES DIFFUSEUR	1 329,3	1 428,9
Prélèvements obligatoires		
- Auteurs	(56,5)	(60,6)
- CNC	(81,6)	(82,0)
- Taxe sur la publicité diffusée	(6,0)	(6,4)
Coûts de diffusion		
- TDF, Satellites, Circuits	(17,8)	(25,7)
Coût de la grille (hors événements sportifs exceptionnels)	(911,3)	(881,4)
Événements sportifs exceptionnels	(24,2)	(24,1)
MARGE BRUTE GRILLE	231,9	348,7
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	1 212,7	1 114,7
Autres charges d'exploitation	(1 102,0)	(1 072,2)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(84,4)	(108,3)
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	258,1	282,9
Autres produits et charges opérationnels	(47,7)	-
RESULTAT OPERATIONNEL	210,4	282,9
Coût de l'endettement financier net	0,0	0,5
Autres produits et charges financiers	5,8	5,1
Impôts	(70,5)	(88,7)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	(6,4)	(13,7)
RESULTAT NET	139,3	186,1
RESULTAT NET CONSOLIDE PART DU GROUPE	136,0	182,7
Part des minoritaires	3,3	3,4

Contribution des activités au compte de résultat consolidé

<i>en millions d'euros</i>	Chiffre d'affaires		Résultat opérationnel courant	
	2012	2011	2012	2011
ANTENNES FRANCE	2 084,8	2 134,8	197,1	266,5
TF1 SA ^a	1 415,8	1 511,0	106,2	177,8
Téléshopping	99,3	100,4	6,8	2,9
Chaînes thématiques France ^b	320,3	308,8	31,9	38,9
TF1 Entreprises	56,9	49,4	10,9	5,7
Production ^c	25,7	26,4	2,4	4,4
e-TF1	101,3	85,0	18,3	9,2
Divers ^d	65,5	53,8	20,6	27,6
DROITS AUDIOVISUELS	129,8	115,5	3,2	(40,1)
Catalogue ^e	45,7	37,2	2,9	(28,4)
TF1 Vidéo	84,1	78,3	0,3	(11,7)
ANTENNES INTERNATIONALES	406,0	367,9	57,8	65,2
ACTIVITES DIVERSES	-	1,5	0,0	(8,7)
SPS ^f	-	1,5	-	(8,7)
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	2 620,6	2 619,7	258,1	282,9

^a dont entités immobilières.

^b dont Eurosport France, LCI, TV Breizh, TMC, NT1, HD1, TF6, Série Club, Styliá, Histoire, Ushuaïa TV, TF1 Distribution et TF1 Thématiques (ex- TF1 Digital).

^c entités de production télévisuelle et cinématographique.

^d dont principalement TF1 Publicité et Metro France.

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

^f SPS a été cédée le 2 mai 2011.

Résultats financiers par trimestre

Chiffre d'affaires par activité (M€)	T1 2012	T1 2011	T2 2012	T2 2011	S1 2012	S1 2011
Antennes France	504,9	499,4	540,5	552,8	1 045,4	1 052,2
Droits Audiovisuels	38,1	29,0	26,4	21,1	64,5	50,1
Antennes Internationales	85,6	84,5	105,7	89,3	191,3	173,8
Activités diverses	-	1,5	-	-	-	1,5
Total groupe TF1	628,6	614,4	672,6	663,2	1 301,2	1 277,6

Chiffre d'affaires par activité (M€)	T3 2012	T3 2011	T4 2012	T4 2011	2012	2011
Antennes France	408,2	442,3	631,2	640,3	2 084,8	2 134,8
Droits Audiovisuels	25,0	23,0	40,3	42,4	129,8	115,5
Antennes Internationales	118,5	95,9	96,2	98,2	406,0	367,9
Activités diverses	-	-	-	-	-	1,5
Total groupe TF1	551,7	561,2	767,7	780,9	2 620,6	2 619,7

Résultat opérationnel courant par activité (M€)	T1 2012	T1 2011	T2 2012	T2 2011	S1 2012	S1 2011
Antennes France	39,6	62,4	62,5	118,6	102,1	181,0
Droits Audiovisuels	11,1	0,1	(6,2)	(11,2)	4,9	(11,1)
Antennes Internationales	5,3	10,0	21,6	17,6	26,9	27,6
Activités diverses	-	(11,0)	-	-	-	(11,0)
Total groupe TF1	56,0	61,5	77,9	125,0	133,9	186,5

Résultat opérationnel courant par activité (M€)	T3 2012	T3 2011	T4 2012	T4 2011	2012	2011
Antennes France	1,8	6,6	93,2	78,9	197,1	266,5
Droits Audiovisuels	1,8	(14,5)	(3,5)	(14,5)	3,2	(40,1)
Antennes Internationales	16,7	16,9	14,2	20,7	57,8	65,2
Activités diverses	-	-	-	2,3	-	(8,7)
Total groupe TF1	20,3	9,0	103,9	87,4	258,1	282,9

Faits marquants 2012

Janvier

10 janvier 2012 : TF1 dépose trois projets auprès du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) dans le cadre de l'appel à candidature pour l'attribution de six nouvelles fréquences.

10 janvier 2012 : le groupe TF1 a signé la « Charte des bonnes pratiques Achats régissant la qualité des relations clients-fournisseurs », qui réunit désormais 235 grandes entreprises engagées pour des Achats Responsables et une relation partenariale avec leurs fournisseurs.

17 janvier 2012 : Metro France présente les nouveaux piliers de son développement : nouvelle maquette, extension géographique, nouvelles applications et réorganisation de l'information.

18 janvier 2012 : TFou.fr lance son nouveau site Internet.

25 janvier 2012 : TF1 Publicité remporte le Prix de la Meilleure Stratégie Digitale des E-Marketing Awards 2012, décerné par E-Business.

31 janvier 2012 : record d'audience pour Eurosport à l'occasion de la diffusion de la finale de l'Open d'Australie, qui a réuni 373 000 abonnés en moyenne. Il s'agit du meilleur score pour une rencontre de tennis depuis la finale de Tsonga à l'Open d'Australie en 2008.

Février

9 février 2012 : la 14^{ème} édition des Trophées QualiWeb organisée par l'institut d'études Cocald Conseil a attribué à TF1 la première place dans la catégorie « Information et Média » pour la qualité de sa relation avec ses téléspectateurs et internautes à travers sa plateforme « TF1&vous ».

14 février 2012 : record d'audience pour TMC avec la diffusion de *Bodyguard*, rassemblant plus de 2 millions de téléspectateurs, soit 7,5 % de part d'audience sur les 4 ans et plus.

20 février 2012 : TF1 reçoit deux récompenses (Laurier Grand Reporter et Laurier Jeunesse) lors de la 17^{ème} cérémonie des Lauriers de la radio et de la télévision, qui distingue chaque année les programmes qui contribuent à l'enrichissement culturel.

21 février 2012 : TF1 met en place un accord sur l'égalité de traitement entre tous les collaborateurs de l'Entreprise.

24 février 2012 : les films coproduits par les filiales du groupe TF1 obtiennent neuf récompenses lors de la 37^{ème} cérémonie des César.

25 février 2012 : 9,3 millions de téléspectateurs assistent au lancement de *The Voice*, le nouveau show musical de TF1.

Mars

13 mars 2012 : TV Breizh réalise sa meilleure audience sur les 4 ans et plus depuis son lancement¹ et confirme son statut de 1^{ère} chaîne de l'offre payante sur les 4 ans et plus et les Femmes de moins de 50 ans Responsables Des Achats² avec respectivement 1,5 % et 1,7 % de part d'audience.

14 mars 2012 : les collaborateurs de TF1 élisent les représentants du personnel au Conseil d'Administration de TF1 SA, avec un taux de participation de 71 %.

16 mars 2012 : TF1 diffuse *Les Enfoirés* et rassemble à cette occasion 13,3 millions de téléspectateurs, record historique du programme.

26 mars 2012 : deux équipes de TF1 sont récompensées à l'occasion du Prix Reporters d'Espoirs, qui récompense les sujets dédiés à des initiatives « porteuses de solutions » dans les domaines de l'économie, l'environnement, la société, la solidarité, la paix et l'humanitaire.

27 mars 2012 : le CSA sélectionne six chaînes gratuites pour la TNT en haute définition, dont HD1, chaîne dédiée à la création sous toutes ses formes, pour TF1.

28 mars 2012 : TF1 lance le challenge TF1 pour les étudiants, leur offrant l'opportunité d'imaginer le programme TV de demain, tous genres confondus.

30 mars 2012 : les régies TF1 Publicité, Amaury Médias, FigaroMédias et Lagardère Publicité se sont associées pour créer la première place de marché privée 100 % médias en France. L'objectif est de commercialiser via une plateforme, aux enchères et en temps réel, les espaces publicitaires invendus de leurs sites web.

¹ Depuis la mise à disposition de l'étude MédiamatThématik/MédiaCabSat (2001)

² Source : MédiamatThématik - vague 22 - univers payant - (29/08/11- au 12/02/12)

Avril

4 avril 2012 : sortie de *Sur la piste du Marsupilami*, coproduit par TF1 Films Production.

11 avril 2012 : le collectif Ecoprod, cofondé par TF1, est partenaire du premier Festival international du film *corporate* pour l'écologie et le développement durable, qui se tient à Deauville.

12 avril 2012 : TF1 Publicité est choisie pour opérer la régie publicitaire de beIN SPORT 1, beIN SPORT 2 et leurs déclinaisons digitales. Cette démarche s'inscrit dans une stratégie commerciale visant à renforcer l'offre sport de TF1 Publicité.

Mai

5 mai 2012⁽¹⁾ : Eurosport reste la chaîne de sport la plus connue des Français avec 75 % de notoriété globale, enregistrant ainsi une progression de 3 points en un an et une croissance de 9 points en 24 mois.

12 mai 2012 : TF1 Entreprises co-exploite l'exposition *Toutankhamon, son tombeau et ses trésors*.

19 mai 2012 : TF1 Publicité lance « Oz ! », une nouvelle technologie de reconnaissance visuelle afin d'identifier, avec un *smartphone* ou une tablette, un *spot* diffusé sur TF1 et bénéficier en simultané sur ce deuxième écran de contenus additionnels de la marque.

TF1 Entreprises lance Recycler.fr, nouveau service dédié aux recyclages de téléphones portables. Ce site s'inscrit dans une démarche écologique.

23 mai 2012 : Eurosport confirme sa position de *leader* des plateformes multimédia paneuropéennes⁽²⁾, grâce au dynamisme de son application mobile et de solides performances d'audience en Europe de l'est.

⁽¹⁾ Source : Baromètre de notoriété des chaînes thématiques réalisé par l'Institut CSA sur un échantillon national représentatif de 2 002 individus âgés de 15 ans ou plus

⁽²⁾ Source : 2012 EMS Summer Survey

Juin

1^{er} juin 2012 : lancement de *The Voice Tour 2012*, qui réunit les 8 meilleurs talents de *The Voice* pour une série de 17 concerts exceptionnels. Cette tournée est coproduite par le Pôle Spectacles de TF1 Musique.

3 juin 2012 : TF1 publicité innove en expérimentant pour la première fois dans le monde une publicité interactive en temps réel. Les téléspectateurs équipés d'une télévision connectée et compatible avec le standard HBBTV ont pu, d'un simple clic depuis leur télécommande, accéder à un mini-site dédié à l'annonceur.

4 juin 2012 : Gilles Bouleau devient présentateur du Journal de 20H en semaine.

TF1 lance *Nos chers voisins*, une série quotidienne d'humour.

9 juin 2012 : TF1 diffuse Allemagne-Portugal, son premier match dans le cadre de l'Euro 2012 de Football. Au total, TF1 diffuse neuf matches (dont la finale le 1^{er} juillet 2012) qui réunissent en moyenne 8,3 millions de téléspectateurs, soit 34 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Juillet

5 juillet 2012 : le groupe TF1 signe la convention de HD1 avec le CSA.

12 juillet 2012 : TF1 Vidéo et Paramount Home Media Distribution France annoncent la signature d'un accord de distribution commerciale DVD et Blu-rayTM sur le marché français. À compter du 1^{er} septembre 2012, les produits physiques DVD et Blu-rayTM de TF1 Vidéo sont distribués par Paramount Home Media Distribution France sur les réseaux de distribution des grandes et moyennes surfaces alimentaires et/ou spécialisées, ainsi qu'en *e-commerce*.

Août

23 août 2012 : e-TF1 signe un accord exclusif avec ProSiebenSat.1 Games, concernant l'offre de jeux *online* du groupe Allemand, disponible sur MYTF1.fr.

Septembre

3 septembre 2012 : le groupe TF1 et le groupe ESSEC annoncent la signature d'un partenariat de 4 ans qui a pour ambition d'alimenter une réflexion experte autour des médias et de l'ouvrir au plus grand nombre (étudiants, chercheurs, enseignants, décideurs).

14 septembre 2012 : à la suite de la décision du Tribunal de Grande Instance de Paris, Dailymotion est condamné pour avoir manqué à

ses obligations de retrait de 549 contenus illicites, à payer 270 000 € au titre de dommages et intérêts et frais de procédure à TF1.

Octobre

23 octobre 2012 : Metro France et le portail Internet MeltyNetwork, groupe média positionné sur les 18-30 ans, annoncent le lancement de « Meltycampus liked by Metro », un magazine gratuit destiné à une cible estudiantine francilienne.

25 octobre 2012 : les espaces publicitaires de MFM Radio, qui séduit chaque semaine plus de 4,4 millions d'auditeurs en France, seront commercialisés par TF1 Publicité dès le 1^{er} janvier 2013. La Régie renforce ainsi l'attractivité de son offre leader sur les 25-49 ans : les indés Radio.

26 octobre 2012 : TF1 Licences conclut un partenariat majeur avec Sanrio qui le nomme agent unique pour la marque Hello Kitty et les autres personnages de l'univers de Sanrio.

Novembre

12 novembre 2012 : suite au succès de la première édition du jeu à gratter événementiel Mille Bornes[®], FDJ[®] renouvelle son partenariat avec Dujardin, filiale de TF1 Entreprises et détenteur de la marque Mille Bornes[®].

14 novembre 2012 : le Journal de 20H de TF1 reçoit le 1^{er} Prix de la 13^{ème} édition des *Media Tenor Global TV Awards*. Ce prix international récompense le pluralisme de l'information, en termes de variété de thématiques, de représentativité des acteurs de l'actualité, qu'ils soient des individus, des groupes sociaux, économiques ou politiques.

18 novembre 2012 : le groupe TF1 se mobilise pour la 6^{ème} édition de *La Semaine pour l'Emploi*. Depuis le lancement de l'opération *Une Semaine pour l'Emploi* en 2009, plus de 10 000 contrats ont été signés.

19 novembre 2012 : TF1 Publicité et Yves Rocher, numéro 1 de la cosmétique végétale en France, lancent sur MYTF1 *Miss Beauté by Yves Rocher*, la première « chaîne de marque » entièrement dédiée à la beauté et au bien-être, accessible aux 10,6 millions de foyers qui reçoivent la télévision via l'*IPTV*.

Décembre

12 décembre 2012 : lancement de HD1, quatrième chaîne en clair du groupe TF1 sur le canal 20 de la TNT. HD1 propose une offre qualitative de programmes en haute définition, déclinée sur 4 écrans. La grille de HD1 est bâtie autour de l'offre la plus importante de longs-métrages en TV gratuite, soit près des 250 films par an, de fictions françaises ou étrangères avec une part notable de programmes inédits et une large place accordée à l'humour avec des séries, des sitcoms et des programmes courts.

18 décembre 2012 : à l'occasion de la première édition des Social Media Awards organisée par NPA CONSEIL, TF1 est désignée comme chaîne ayant la meilleure empreinte numérique et Nikos Aliagas, animateur de TF1, comme la personnalité numérique de l'année.

21 décembre 2012 : TF1 et le groupe Discovery Communications annoncent un partenariat stratégique visant à créer de la valeur dans les activités complémentaires des deux sociétés.

Information sur l'activité 2012

Boulogne-Billancourt, le 19 février 2013

Changement de méthode comptable

En 2012, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 des annexes applicables à compter du 1^{er} janvier 2012 et qui sont sans incidence sur les comptes.

Chiffre d'affaires

Le Groupe TF1 a évolué en 2012 dans un contexte particulièrement perturbé, notamment en raison des répercussions de la situation économique sur les investissements publicitaires. La capacité d'innovation du Groupe ainsi que la complémentarité de ses différents métiers lui ont néanmoins permis de bien résister dans cet environnement difficile.

Ainsi, le chiffre d'affaires consolidé de l'année 2012 est stable par rapport à 2011 et s'établit à 2 620,6 millions d'euros (contre 2 619,7 millions d'euros en 2011).

Il comprend :

- 1 402,8 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une diminution de 101,3 millions d'euros (- 6,7 %), du fait de l'impact de la situation économique sur les investissements publicitaires ;
- 1 217,8 millions d'euros de chiffre d'affaires des autres activités, soit une progression de 102,2 millions d'euros (+ 9,2 %). Cette évolution favorable est due à une progression de la plupart des autres activités du Groupe. Sur l'ensemble de l'exercice, la consolidation à 100 % de Metro France à compter du 28 juillet 2011 compense en grande partie les 13,3 millions d'euros liés à revente de droits de la Coupe du Monde de Rugby, comptabilisés au troisième trimestre 2011.

Le chiffre d'affaires publicitaire de l'ensemble du groupe TF1 s'établit à 1 775,5 millions d'euros, soit une baisse de 46,0 millions d'euros par rapport à 2011 (- 2,5 %), l'intégration de la publicité de Metro France, la croissance des revenus publicitaires des chaînes TNT, d'Eurosport International et la monétisation croissante de la vidéo en ligne venant compenser en partie le recul de la publicité sur la chaîne TF1.

Au quatrième trimestre 2012, le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 s'établit à 767,7 millions d'euros, en baisse de 13,2 millions (- 1,7 %).

Il se répartit en :

- 423,3 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une diminution de 26,4 millions d'euros (- 5,9 %). Au cours de ce trimestre, La chaîne TF1 continue de faire face à une conjoncture économique dégradée qui pèse sur les décisions d'investissements des annonceurs.
- 344,4 millions d'euros de chiffre d'affaires des autres activités, soit une hausse de 13,2 millions d'euros (+ 4,0 %), à la faveur des bonnes performances de TMC, NT1 et TF1 Entreprises notamment.

La répartition géographique du chiffre d'affaires du Groupe sur l'année 2012 est la suivante : 83 % pour la France, 15 % pour l'Union européenne hors France et 2 % pour les autres pays.

Coût de la grille et autres produits et charges opérationnels courants

Le coût de la grille de la chaîne TF1 s'élève à 935,5 millions d'euros, à comparer à 905,5 millions d'euros un an plus tôt, soit une hausse de 30,0 millions d'euros, qui s'explique principalement par :

- l'augmentation de la programmation, du fait des obligations réglementaires, de fictions inédites arrivant en fin de droits ;
- une augmentation des investissements bénéfique en termes d'audience, notamment sur la case 17h30 – 20h50.

Le coût des 9 matches de l'UEFA Euro 2012 diffusés en juin et en juillet 2012, s'élève à 24,2 millions d'euros. Pour mémoire, TF1 avait diffusé la Coupe du Monde de Rugby 2011 au cours des troisième et quatrième trimestres 2011 pour un montant total de 24,1 millions d'euros.

Le coût de grille des Sports (hors événements sportifs exceptionnels) est en baisse de 7,0 %, notamment en lien avec la non-diffusion de la Ligue des Champions UEFA au second semestre 2012. Les autres unités de programmes sont en augmentation :

- les variétés, jeux et magazines (+ 6,4 %) du fait d'une programmation plus importante de programmes de flux ;
- les fictions et séries (+ 5,1 %), principalement en raison de la programmation en début d'année, du fait des obligations réglementaires, de fictions inédites arrivant en fin de droits ;
- l'information (+ 3,8 %), en lien avec une actualité particulièrement riche en 2012, année électorale en France ;
- les films (+ 2,3 %) en raison de la diffusion de davantage de long-métrages en 2012.

Au quatrième trimestre 2012, le coût de grille est en baisse de 16,8 millions d'euros, en raison notamment de l'absence en 2012 des matches de la Coupe du Monde de Rugby diffusés en octobre 2011, ainsi que de l'économie réalisée avec la non-reconduction du contrat de diffusion de la Ligue des Champions UEFA. Hors événements sportifs, le coût de grille du quatrième trimestre 2012 s'inscrit en baisse de 5,9 millions d'euros sur un an.

Les charges opérationnelles de 1 342,6 millions d'euros sont en hausse de 19,6 millions d'euros en raison notamment de l'effet périmètre lié à l'acquisition de Metro France au second semestre 2011.

Début 2012, le groupe TF1 a lancé la phase II de son plan d'optimisation, avec pour objectif de générer 85 millions d'euros d'économies récurrentes entre 2012 et 2014. Dans le cadre de cette phase II, le groupe TF1 génère, en 2012, 15 millions d'euros d'économies récurrentes, dont 8 millions d'euros sur le coût de grille de TF1 et 7 millions d'euros sur les frais généraux.

Enfin, les dotations nettes aux amortissements et provisions s'élèvent à 84,4 millions d'euros pour l'année 2012, en recul de 23,9 millions d'euros par rapport à 2011. Pour mémoire, en 2011, une dotation élevée mais non récurrente, pour risques et charges avait été comptabilisée.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du Groupe en 2012 s'établit à 258,1 millions d'euros, soit un recul de 24,8 millions d'euros par rapport à 2011. Le taux de marge opérationnelle s'établit à 9,8 % contre 10,8 % un an plus tôt.

Il est important de noter que les activités de diversification ont à nouveau amélioré leur rentabilité en 2012, avec un taux de marge

opérationnelle à 12,5 % contre 9,4 % un an plus tôt, soit une progression de + 3,1 points. Ces activités confirment trimestre après trimestre leur rôle de relai de croissance et de rentabilité pour le Groupe.

Pour mémoire, le résultat opérationnel courant du Groupe à fin décembre 2012 intègre 27,1 millions d'euros de produit lié à l'aboutissement d'une réclamation de taxe CNC, comptabilisé au premier trimestre 2012.

Au quatrième trimestre 2012, le résultat opérationnel courant s'élève à 103,9 millions d'euros, en hausse de 16,5 millions d'euros par rapport au quatrième trimestre 2011 (+ 18,9 %). Le taux de marge opérationnelle courante du Groupe ressort à 13,5 % contre 11,2 % au quatrième trimestre 2011, soit une progression de 2,3 points.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel du Groupe pour l'année 2012 s'établit à 210,4 millions d'euros, soit un recul de 72,5 millions d'euros par rapport à 2011. Le taux de marge opérationnelle s'établit à 8,0 % contre 10,8 % un an plus tôt.

Le résultat opérationnel intègre 47,7 millions d'euros de charge non-récurrente constituée des coûts liés à la phase II du plan d'optimisation d'une part et aux différentes mesures d'adaptation mises en œuvre au cours de l'exercice d'autre part.

Résultat

Le coût de l'endettement financier net n'est pas significatif, le groupe TF1 étant désendetté.

Les autres produits et charges financiers en 2012 sont de 5,8 millions d'euros, en progression de 0,7 million d'euros, hausse liée à la revalorisation à la juste valeur au deuxième trimestre 2012 de l'option d'achat octroyée à M. Claude Berda en juin 2010 et portant sur la participation détenue par TF1 de 33,5 % du capital de Groupe AB. Cette option, à échéance du 10 juin 2012, n'a pas été exercée. Depuis le 11 juin 2012, l'entité Groupe AB est consolidée par mise en équivalence.

Le groupe TF1 a constaté en 2012 une charge d'impôt de 70,5 millions d'euros contre une charge de 88,7 millions d'euros l'année précédente.

2012 Information sur l'activité

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'établit à - 6,4 millions d'euros à fin 2012, à comparer à une perte de - 13,7 millions d'euros un an plus tôt. Cette charge était principalement liée à une provision de 8,0 millions d'euros comptabilisée sur les titres de Metro France, détenus à cette date à hauteur de 34,3 % par TF1 et consolidés en mise équivalence. Depuis le 28 juillet 2011, Metro France est consolidé en intégration globale.

Au 31 décembre 2012, les intérêts minoritaires s'élèvent à 3,3 millions d'euros contre 3,4 millions d'euros un an plus tôt.

Ainsi, le résultat net part du Groupe de l'année 2012 s'élève à 136,0 millions d'euros contre 182,7 millions d'euros un an plus tôt. Le résultat net part du Groupe du quatrième trimestre 2012 est de 48,4 millions d'euros contre 57,5 millions d'euros en 2011.

Structure Financière

Au 31 décembre 2012, le total des capitaux propres de TF1 s'élève à 1 801,8 millions d'euros pour un total bilan de 3 617,8 millions d'euros.

Au 31 décembre 2012, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 1 684,8 millions d'euros.

La trésorerie nette s'élève à 236,3 millions d'euros au 31 décembre 2012, contre une dette financière nette de 40,6 millions au 31 décembre 2011. Le niveau de trésorerie nette au 31 décembre 2012 intègre les encaissements liés à l'acquisition par le groupe Discovery d'une participation de 20 % dans le capital du groupe Eurosport, qui a été réalisée sur base d'une valeur d'entreprise de 170 millions d'euros, et de 20 % dans les chaînes TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV et Styliia, réalisée sur base d'une valeur d'entreprise de 14 millions d'euros.

Pour mémoire, la dette nette à fin décembre 2011 incluait 58,5 millions d'euros d'acquisition par TF1 d'un immeuble jusqu'alors loué et qui héberge une partie des équipes de TF1 SA et LCI.

Au 31 décembre 2012, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 040 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires contre 1 015 millions d'euros en 2011.

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

Le 24 juillet 2012, l'agence de notation financière Standard & Poor's a confirmé la notation de TF1 à BBB+, perspective stable.

La structure financière du groupe TF1 reste très saine.

Dividende

Le Conseil a proposé à l'Assemblée Générale Mixte, convoquée le 18 avril 2013, de distribuer un dividende de 0,55 euro par action, correspondant à un rendement de 6,2 % sur base du cours de TF1 au 31 décembre 2012 (8,85 euros).

Les dates de détachement, d'arrêtés des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 25 avril, 29 avril et 30 avril.

Point social

Au 31 décembre 2012, le groupe TF1 compte 3 680 collaborateurs en CDI contre 3 810 un an plus tôt.

Gouvernance

Sur avis du Comité de sélection, le Conseil d'Administration proposera aux actionnaires la nomination de Madame Catherine Dussart, Productrice, en qualité d'Administrateur, en lieu et place de Madame Patricia Barbizet, dont le mandat arrive à expiration à l'Assemblée Générale Mixte du 18 avril 2013.

Le Conseil a constaté que Madame Catherine Dussart serait administrateur indépendant au regard des critères d'indépendance définis par le code AFEP-MEDEF.

Le Conseil proposera également la nomination en qualité d'Administrateur de Monsieur Olivier Roussat, jusqu'alors représentant permanent de la Société Française de Participation et de Gestion (SFPG), dont le mandat arrive à expiration à l'Assemblée Générale Mixte du 18 avril 2013.

Le Conseil d'Administration compterait 4 personnes indépendantes et 4 femmes sur les 12 administrateurs.

Le Conseil d'Administration proposera également aux actionnaires de ramener l'âge limite du Président du Conseil d'Administration de 68 à 67 ans et, concomitamment, d'étendre à 67 ans l'âge limite du Directeur général.

Performances boursières

Au 31 décembre 2012, l'action TF1 clôture à 8,85 euros, soit une hausse de 17 % sur un an, à comparer à une hausse de 15 % pour l'indice CAC 40 et de 17 % pour le SBF 120.

Les indices média affichent également une progression au cours de l'année 2012 avec + 13 % pour l'EURO STOXX® Media et + 10 % pour le CAC Media.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2012, de 1,9 milliard contre 1,6 milliard d'euros à fin décembre 2011.

Actionnariat

Situation au 31 décembre 2012			
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,7 %	43,7 %
Autodétention	-	0,0 %	0,0 %
Salariés TF1	15 261 434	7,2 %	7,2 %
<i>dont FCPE TF1</i>	15 176 013	7,2 %	7,2 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	85 421	0,0 %	0,0 %
Flottant France (1) (2)	26 570 241	12,6 %	12,6 %
Flottant étranger (2)	76 846 349	36,5 %	36,5 %
Total	210 624 321	100,0 %	100,0 %

Situation au 31 décembre 2011			
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,6%	43,6%
Autodétention	100 000	0,0%	0,0%
Salariés TF1	13 159 913	6,2%	6,2%
<i>dont FCPE TF1</i>	13 071 427	6,2 %	6,2 %
<i>dont salariés au nominatif</i>	88 486	0,0 %	0,0 %
Flottant France (1) (2)	28 873 082	13,7 %	13,7 %
Flottant étranger (2)	76 953 711	36,5 %	36,5 %
Total	211 033 003	100,0 %	100,0 %

Situation au 31 décembre 2010			
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,1%	43,1%
Autodétention	14 625	0,0%	0,0%
Salariés TF1	12 149 695	5,7%	5,7%
<i>dont FCPE TF1</i>	12 025 780	5,6%	5,6%
<i>dont salariés au nominatif</i>	123 915	0,1%	0,1%
Flottant France (1) (2)	34 833 010	16,3%	16,3%
Flottant étranger (2)	74 466 865	34,9%	34,9%
Total	213 410 492	100,0%	100,0%

(1) Incluant les porteurs non identifiés

(2) Estimations relevé Euroclear

Annulation d'actions auto-détenues

Le Conseil d'Administration, le 19 février 2013, a décidé l'annulation de 338 684 actions acquises en janvier 2013. Après cette annulation, le nombre d'actions et le nombre de droits de vote s'élèvent à 210 287 583. Le montant du capital est de 42 057 516,60 euros.

Evènements survenus depuis la clôture

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

Antennes France

En 2012, le chiffre d'affaires du pôle Antennes France s'établit à 2 084,8 millions d'euros, soit une baisse de 50,0 millions d'euros sur un an (- 2,3 %).

Le résultat opérationnel courant atteint 197,1 millions d'euros, en recul de 69,4 millions d'euros par rapport à 2011.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 9,5 % contre 12,5 % un an plus tôt.

Antenne TF1

En 2012, le chiffre d'affaires total de la chaîne TF1 est en retrait de 6,3 % à 1 415,8 millions d'euros, soit - 95,2 millions d'euros par rapport à l'année 2011. Le chiffre d'affaires publicitaire est en retrait de 6,7 % à 1 402,8 millions d'euros.

Au quatrième trimestre, le chiffre d'affaires publicitaire affiche un recul de 5,9 % à 423,3 millions d'euros.

Au 31 décembre 2012, le résultat opérationnel courant s'élève à 106,2 millions d'euros, en baisse de 40,3 %.

La chaîne TF1³

Après avoir battu leur record absolu en 2011 à 8,7 millions d'unités, les ventes de téléviseurs ont atteint 6,7 millions d'unités en 2012.

La durée d'écoute de la télévision continue de progresser et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 50 minutes, soit une progression de 3 minutes par rapport à l'année 2011 et pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, 3 heures et 58 minutes, soit une progression de 2 minutes.

L'extinction du signal analogique hertzien et satellite a eu lieu le 30 novembre 2011 et près de 100 % de la population équipée TV a désormais accès à une offre multi-chaînes et reçoit au minimum les dix-neuf chaînes gratuites de la première vague de la TNT. 58 % d'entre eux reçoivent une offre de chaînes plus large via le satellite, le câble, l'ADSL ou la TNT payante.

La chaîne confirme son leadership

Dans ce contexte, la chaîne TF1 réalise une part d'audience de 22,7 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (versus une part d'audience de 23,7 % un an plus tôt) et 25,5 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (versus 26,7 %). L'écart positif de 8,5 points sur cette cible avec la chaîne suivante est maintenu.

La chaîne enregistre 88 des 100 meilleures audiences de l'année 2012 tous programmes confondus. TF1 enregistre la meilleure audience toutes chaînes confondues avec 13,3 millions de téléspectateurs pour *Le spectacle des Enfoirés* (le 16 mars), battant ainsi à nouveau son record historique. TF1 conserve ainsi sa position unique et son statut de chaîne de l'évènement en fédérant 26 programmes à plus de 9 millions de téléspectateurs et même 6 à plus de 10 millions.

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

TF1 s'attache notamment à être performante plus particulièrement entre 18h et 1h du matin, heures à fort potentiel d'audience et, en conséquence, de monétisation. TF1 affiche ainsi sur cette tranche horaire une part d'audience plus importante que sur l'ensemble de la journée, en réalisant 23,7 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 27,9 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (cibles publicitaires), soit respectivement 1,0 et 2,4 points supplémentaires par rapport à l'ensemble de la journée.

L'innovation permet à la chaîne de renouveler ses marques fortes et de renforcer ses rendez-vous réguliers. La politique éditoriale adoptée par TF1, qui s'appuie sur une offre fédératrice et événementielle a permis à la chaîne de se classer numéro 1 dans tous les genres de programmes proposés. Plus encore, TF1 réalise les 10 meilleures audiences en matière de divertissements, de fictions françaises, de films, de séries américaines et de journaux télévisés.

Depuis septembre 2012, les audiences de la chaîne TF1 s'inscrivent dans une tendance positive. Ainsi, au cours des 4 derniers mois de l'année 2012, la chaîne TF1 réalise une part d'audience moyenne de 23,2 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et de 26,0 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, soit un écart positif de 9,0 points sur cette cible avec la chaîne suivante.

TF1, leader en *prime time*

En 2012, la chaîne TF1 rassemble en moyenne 6,0 millions de téléspectateurs en *prime time*.

Sur la durée des *prime-time* de TF1, la chaîne est leader 8 soirées sur 10.

Ainsi, face à la dispersion de l'audience, TF1 conserve sa position unique de média de masse en France.

³ Source : Médiamétrie - Leadership sur la durée des *prime time* de TF1

La chaîne TF1, première dans tous les genres de programmes

Le divertissement : *Les Enfoirés* ont rassemblé 13,3 millions de téléspectateurs le 16 mars. Notons également le succès de *The Voice*, émission de divertissement lancée en 2012 le samedi en *prime time*, qui a atteint jusqu'à 9,3 millions de téléspectateurs et a réalisé en moyenne 47 % de part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et 34 % de part d'audience Individus.

La série américaine : *Mentalist* a rassemblé jusqu'à 10,1 millions de téléspectateurs et *Dr House* jusqu'à 9,1 millions.

La fiction française : la fiction française reste dynamique, avec notamment *Profilage* qui a rassemblé jusqu'à 7,8 millions de téléspectateurs, meilleure audience pour une série policière depuis novembre 2009 et *Joséphine Ange Gardien*, qui a rassemblé jusqu'à 7,5 millions de téléspectateurs.

Le cinéma : dans ce domaine, la chaîne affiche d'excellents résultats avec notamment *Gran Torino*, (9,4 millions, soit la meilleure audience pour un film depuis novembre 2010) et *Les bronzés font du ski* à 9,0 millions de téléspectateurs.

Le sport : la finale de l'UEFA Euro 2012 a fédéré 12,9 millions de téléspectateurs, record historique pour un match de l'Euro sans l'équipe de France.

L'information : les *Journaux Télévisés* de TF1 restent les plus fédérateurs d'Europe. Celui de 20 heures a rassemblé jusqu'à 9,8 millions de téléspectateurs et celui de 13 heures jusqu'à 8,3 millions. Le projet éditorial ambitieux porté par la rédaction et l'arrivée de nouveaux présentateurs ont inscrit le Journal Télévisé du 20h et plus largement l'information de TF1 dans une dynamique nouvelle, lui permettant de conquérir un public plus large.

Régie publicitaire ⁴

En 2012, les investissements publicitaires plurimédias bruts (incluant Internet) sont en recul de 0,6 % à 27,5 milliards d'euros.

La télévision (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite), demeure le premier média investi, avec une part de marché de 32,7 % et des recettes brutes de 9,0 milliards d'euros à fin 2012, affichant une croissance de 4,2 %. Les investissements sur la TNT gratuite continuent de

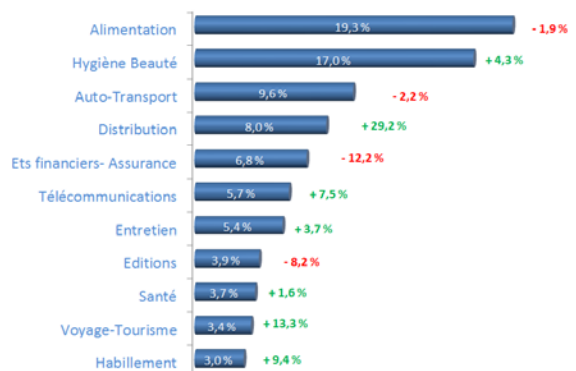
croître fortement (+ 13,7 % soit + 328,6 millions d'euros).

La presse reste le second média investi en France, avec des recettes brutes de 7,5 milliards d'euros, en baisse de 2,7 % par rapport à 2011.

La chaîne TF1 voit ses recettes brutes augmenter en 2012 de 2,2 % par rapport à 2011. La part de marché publicitaire brute de TF1 sur l'ensemble du marché TV s'établit à 36,5 % en 2012.

En termes d'investissements publicitaires bruts de l'année 2012, certains secteurs sont en croissance, tels que l'hygiène-beauté (+ 4,3 %), la distribution (+ 29,2 %), les télécommunications (+ 7,5 %), le voyage-tourisme (+ 13,3 %), l'entretien (+ 3,7 %), la santé (1,6 %) et l'habillement (+ 9,4 %). En revanche, les principaux secteurs en retrait sont l'alimentation (- 1,9 %), le secteur automobile (- 2,2 %), les établissements financiers et assurances (- 12,2 %), le secteur culture et loisirs (- 12,7 %) et enfin le secteur de l'édition (- 8,2 %).

Poids des investissements bruts dans le chiffre d'affaires publicitaire brut de TF1 et Evolution 2012-2011



Le chiffre d'affaires publicitaire net de la chaîne TF1 s'établit à 1 402,8 millions d'euros, en recul de 6,7 % par rapport à l'année 2011. Ce recul est lié aux incertitudes qui pèsent sur les décisions d'investissement des annonceurs. La stratégie commerciale de la régie publicitaire a consisté à soutenir la demande.

UEFA Euro 2012

Au cours des deuxième et troisième trimestres 2012, TF1 a diffusé l'UEFA Euro 2012, événement majeur pour le Groupe. Tout au long de cette compétition, le groupe TF1 a réalisé d'excellentes performances sur les différents canaux.

La chaîne TF1 a rassemblé en moyenne, sur l'ensemble des neuf affiches diffusées sur son

⁴ Source : Kantar Media Intelligence

2012 Information sur l'activité

antenne, 8,3 millions de téléspectateurs pour 34 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Les 2 matches de l'équipe de France diffusés sur TF1 ont tous deux rassemblé plus de 10 millions de téléspectateurs, avec 10,3 millions pour le match opposant la France à l'Angleterre et 11,3 millions pour le quart de finale contre l'Espagne.

La finale opposant l'Espagne à l'Italie a réalisé la meilleure audience de la compétition toutes chaînes confondues en attirant 12,9 millions de téléspectateurs le 1^{er} juillet 2012, soit une part d'audience de 47,5 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Un dispositif a été mis en place sur l'ensemble des supports MYTF1, qui offrait tous les matches de l'UEFA Euro 2012, le *replay* des 9 matches, des contenus vidéo exclusifs, de nombreux articles et dossiers autour de l'événement.

Le site Internet dédié à la compétition, déployé conjointement par TF1 et Eurosport, a enregistré 11,5 millions de visites et plus de 6,6 millions de vidéos vues.

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

Les fonctionnalités innovantes de *Social TV* ont été utilisées par de nombreux internautes et le match France-Espagne a ainsi généré plusieurs centaines de milliers de sessions *live*. Les vidéos et les résumés des matches ont également été plébiscités par les spectateurs.

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

En termes financiers, l'impact de l'UEFA Euro 2012 sur le coût de grille de la chaîne TF1, incluant les droits et les coûts de production au titre des matches diffusés, s'élève à 24,2 millions d'euros pour la diffusion de 9 matches, soit un coût moyen par match de 2,7 millions d'euros contre 3,9 millions d'euros en 2008.

Télleshopping⁵

Après une année 2011 en baisse - 0,2 %, l'ensemble du commerce de détail affiche un recul de - 2,9 % en 2012. Dans ce contexte, le marché de la vente à distance affiche une hausse de 2 % sur la même période.

En 2012, les ventes sur Internet ont progressé de 19 % en valeur, à 45 milliards d'euros contre 38 milliards d'euros en 2011. Cette progression

confirme le dynamisme du commerce sur Internet en France. Au cours de l'année, les sites ont enregistré plus de 514 millions de transactions contre 420 millions en 2011 (+ 22,4 %).

En 2012, Télleshopping génère un chiffre d'affaires de 99,3 millions d'euros contre 100,4 millions d'euros un an plus tôt, soit une légère baisse (- 1,1 %). Les bonnes performances des magasins et du site de e-commerce Place des Tendances, sont compensées par un recul de l'activité *Infomercial* et de l'enseigne principale.

Le résultat opérationnel courant de 2012 s'élève à 6,8 millions d'euros, en progression de 3,9 millions d'euros sur un an. Cette performance est le fruit des succès commerciaux, de la maîtrise des coûts et d'une base de comparaison favorable, liée notamment aux conséquences, au premier semestre 2012, de la cession, un an plus tôt, de 1001 Listes.

Chaînes thématiques⁶

L'extinction du signal analogique hertzien et satellite a eu lieu le 30 novembre 2011 et près de 100 % de la population équipée d'un téléviseur a désormais accès à une offre multi-chaînes.

Au 31 décembre 2012, les chaînes de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) gratuite issues de la première vague de déploiement rassemblent 22,0 % de part d'audience (Individus âgés de 4 ans et plus). La part d'audience cumulée de ces chaînes était à fin décembre 2011 et 2010 de respectivement 21,4 % et 18,3 %.

L'ensemble des chaînes payantes disponibles sur le marché totalisent une part d'audience de 11,2 % à fin 2012, en retrait de 0,5 point sur un an.

Pour mémoire, depuis le 1^{er} janvier 2012, les chaînes thématiques payantes du groupe TF1 sont distribuées en non-exclusif auprès des opérateurs de télévision payante en France, ce qui a permis d'accroître leur initialisation.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'établit au 31 décembre 2012 à 320,3 millions d'euros, soit une augmentation de 3,7 % en un an. La croissance est tirée par les performances des chaînes gratuites et en particulier de NT1 qui réalise une année 2012 dynamique.

⁵ Source : FEVAD (Fédération du e-commerce et de la Vente à Distance)

⁶ Source : Médiamat'Thématik (vague 23 – janvier 2012- juin 2012) Médiamétrie / Médiamat

Les recettes publicitaires des chaînes thématiques sont en hausse de 12,7 millions d'euros, soit + 6,9 %.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 31,9 millions d'euros au 31 décembre 2012, en recul de 7,0 millions d'euros par rapport à l'année précédente, principalement du fait de LCI (baisse des revenus de distribution et début d'année riche en actualité), de TMC et NT1, qui ont vu leur grille renforcée et du lancement de HD1 et ce, malgré une progression d'Eurosport France.

TMC

TMC affiche une part d'audience en 2012 de 3,6 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (contre 3,5 % un an plus tôt) et de 4,0 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (contre 3,9 % un an plus tôt).

En 2012, TMC est leader des chaînes de la TNT et confirme ainsi sa place de 5^{ème} chaîne nationale sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Sur le *prime time*, la chaîne atteint 800 000 téléspectateurs et se classe première chaîne sur le cinéma, les magazines et les divertissements. TMC réalise 5 des 10 meilleures audiences de la TNT en 2012.

La chaîne affiche les deux meilleures audiences des chaînes de la TNT en 2012, dont la meilleure pour le film *Bodyguard* à plus de 2 millions de téléspectateurs.

NT1

Fin 2012, NT1 affiche des parts d'audience en forte hausse, à la fois sur les Individus âgés de 4 ans et plus (+ 11 %) mais aussi sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (+ 13 %). Les parts d'audience de la chaîne sur ces deux cibles atteignent ainsi respectivement 2,1 % et 2,7 %, contre 1,9 % et 2,4 % à fin 2011.

La chaîne rassemble en moyenne 600 000 téléspectateurs en *prime time* (+ 100 000 téléspectateurs par rapport à l'année 2011).

NT1 a par ailleurs réuni plus de 1 million de téléspectateurs à 40 reprises à fin 2012 (contre 12 en 2011), avec notamment un record pour le film *La mort dans la peau*, qui a réuni 1,8 million de téléspectateurs.

Ces bonnes performances démontrent la pertinence du positionnement et de la stratégie de programmation de NT1, qui a renforcé sa grille tout en bénéficiant d'un travail conjoint avec les équipes de programmation du Groupe.

Eurosport France

La chaîne Eurosport France enregistre une forte croissance de son nombre d'abonnés payants à 8,8 millions contre 7,7 millions un an plus tôt (+ 14,1 %), à la faveur de l'élargissement de la diffusion de la chaîne aux fournisseurs d'accès Internet depuis la fin de l'exclusivité CanalSat.

L'audience de la chaîne Eurosport est en progression de 18 % par rapport à la vague précédente sur la cible principale, les hommes de 15-49 ans. Eurosport 2 connaît la même dynamique, en enregistrant la plus forte progression d'audience, toutes chaînes de sport confondues, en doublant son audience en un an.

Le chiffre d'affaires des abonnements progresse. Les recettes publicitaires s'inscrivent en baisse, en lien avec l'environnement économique difficile et la concurrence accrue, malgré la hausse des recettes publicitaires Internet.

Le coût de grille de la chaîne est en hausse, sous l'effet d'un renforcement des programmes, notamment en lien avec la diffusion des Jeux Olympiques de Londres au cours du troisième trimestre 2012.

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.

Dans un contexte concurrentiel et économique difficile, TV Breizh voit son chiffre d'affaires progresser et poursuit ses efforts de maintien de sa rentabilité.

LCI

LCI a confirmé son positionnement éditorial en 2012, axé sur l'analyse et le décryptage de l'actualité.

La chaîne a notamment mis en place au cours de l'année 2012 un traitement éditorial spécifique de la campagne électorale, avec en particulier la programmation de nombreuses éditions spéciales, une analyse rigoureuse et pointue de l'actualité et des concepts innovants tels que *Parole de Premiers* et *Vu d'Ailleurs*.

LCI a par ailleurs renforcé son positionnement haut de gamme à la rentrée 2012 avec le lancement d'une émission pointue dans le domaine culturel (*La semaine de l'art*) et deux nouvelles émissions politiques (*A l'épreuve des faits*, *Ainsi va l'Amérique*).

Pôle Découverte

A fin décembre 2012, les recettes des chaînes du Pôle Découverte sont en progression sur un an.

Histoire poursuit sa politique éditoriale autour du débat d'idées et des grandes commémorations et continue à développer sa marque et sa notoriété. Ushuaïa TV, chaîne du développement durable, continue la diffusion de magazines et d'émissions spéciales consacrés aux grandes questions de la protection de la planète et accentue sa politique de diffusion de documentaires inédits. A noter que plus de 60 % de la diffusion d'Ushuaïa TV est en HD natif. Enfin, Stylia a réussi à s'imposer rapidement dans l'univers de la télévision payante autour de l'art de vivre, du luxe et des tendances grâce à une politique ambitieuse en termes de production de magazines incarnés.

TF6 et Série Club

Au 31 décembre 2012, le chiffre d'affaires des chaînes détenues à parts égales par TF1 et M6 est en hausse par rapport à 2011. Les chaînes ont poursuivi l'adaptation de leurs bases de coûts et amélioré leur rentabilité par rapport au 31 décembre 2011.

TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre en 2012 un chiffre d'affaires de 56,9 millions d'euros, en hausse de + 15,2 % par rapport à l'année précédente.

Le résultat opérationnel courant de TF1 Entreprises ressort à 10,9 millions d'euros, en hausse de 91,2 % sur un an. La marge opérationnelle courante ressort ainsi à 19,2 %, contre 11,5 % en 2011, soit + 7,7 points.

TF1 Entreprises a rencontré de nombreux succès dans tous ses domaines d'intervention.

Jeux⁷

Le marché des jeux de société est en recul de - 3,4 % en 2012 par rapport à l'année 2011.

TF1 Games a vu sa part de marché légèrement régresser de 7,7 % à 7,4 %.

Le renouvellement de la catégorie jeux TV avec l'arrivée de *Money Drop* et *Les 12 coups de midi* permet à TF1 Games de placer 11 produits dans le top 100 des ventes en 2012 dont 3 nouveautés.

A noter, le succès de sa nouvelle version de la gamme Mille Bornes : *Mille Bornes As du volant*.

Musique⁸

Le marché de la musique reste mal orienté en 2012, en recul de 4,4 %.

Les ventes physiques reculent de 11,9 % tandis que les droits voisins progressent de 7,5 %. Le marché du numérique croît de 13,0 % à 125 millions d'euros et représentent 25,6 % des ventes.

Dans ce marché en recul, les productions musicales de TF1 entreprises ont rencontré un vif succès (*Les Stentors*, *Vincent Niclo* ou la bande-originale du film *Intouchables*).

TF1 Entreprises a également été le partenaire de spectacles comme *Disney sur Glace* et d'artistes comme Céline Dion ou Johnny Hallyday qui ont été des réussites de l'année 2012. Enfin, la société a développé les co-productions d'expositions et de spectacles, notamment la comédie musicale *1789, les amants de la Bastille* qui a rassemblé 220 000 personnes à Paris.

Licences

Le département Licences reste très bien orienté avec le succès des marques *Barbapapa*, *Ushuaïa*, *Hello Kitty* ou *Masterchef* qui se poursuit. La collection de figurines Tintin a continué ses bonnes performances tout au long de l'année 2012.

Production

Le chiffre d'affaires de l'activité Production est en recul en 2012 à 25,7 millions d'euros (- 2,7 %). Le résultat opérationnel courant s'établit à 2,4 millions d'euros, en recul de 2,0 millions d'euros par rapport à 2011.

TF1 Films Production⁹

Après une année 2011 exceptionnelle, la fréquentation des salles de cinéma en 2012 diminue de 5,9 % pour atteindre 204,3 millions d'entrées. Ce résultat demeure nettement au-dessus du niveau moyen des dix dernières années avec une quatrième année consécutive au-delà du seuil des 200 millions d'entrées (contre 193,2 millions par an en moyenne sur les dix dernières années). La part de marché des films français demeure à un niveau élevé à 40,2 % sur

⁷ Source : The NPD Group

⁸ Source : SNEP (Syndicat National de l'édition Phonographique)

⁹ Source : CNC et Ecran Total

l'année 2012, après une année déjà exceptionnelle en 2011 avec 41,6 %.

Dans ce contexte, TF1 Films Production connaît un léger recul de son chiffre d'affaires en raison du moindre nombre de films coproduits sortis en salles par rapport à l'année 2011.

TF1 Films Production a coproduit quatorze films sortis en salles au cours de l'année 2012 (contre vingt-et-un en 2011), dont huit ont dépassé le million d'entrées (contre treize un an auparavant).

Film	Date de sortie	Nombre d'entrées
UN JOUR MON PERE VIENDRA	04/01/2012	147 714
IL ETAIT UNE FOIS UNE FOIS	15/02/2012	139 145
COMME UN CHEF	07/03/2012	351 694
CLOCCLO	14/03/2012	1 791 770
L'ONCLE CHARLES	21/03/2012	329 451
SUR LA PISTE DU MARSUPIAMI	04/04/2012	5 303 302
LES VACANCES DE DUCOBU	25/04/2012	1 056 337
LE PRENOM	25/04/2012	3 340 718
UN BONHEUR N'ARRIVE JAMAIS SEUL	27/06/2012	1 828 750
BOWLING	18/07/2012	497 783
LES SEIGNEURS	26/09/2012	2 715 019
STARS 80*	24/10/2012	1 845 040
UN PLAN PARFAIT*	31/10/2012	1 203 215
MAIS QUI A RETUE PAMELA ROSE*	05/12/2012	279 600

* Films encore en exploitation au 31 décembre 2012

TF1 Production

Le chiffre d'affaires de TF1 Production est en retrait à fin 2012, en raison d'une part de la non-reconduction sur 2012 d'émissions produites en 2011 et d'un effet de saisonnalité. Le divertissement *Danse avec les stars* a connu une saison en 2012 contre deux en 2011.

TF1 Production a néanmoins produit pour l'Antenne de TF1 de nouveaux épisodes de la série *RIS* et a poursuivi la production d'émissions lancées fin 2011 comme *Après le 20h c'est Canteloup*. Il a augmenté son volume de production pour TMC et NT1. Par ailleurs, TF1 Production était en charge de la production de l'UEFA Euro 2012 pour TF1.

e-TF1

e-TF1 enregistre une forte croissance de son activité au cours de l'année 2012. Le chiffre d'affaires d'e-TF1 s'élève ainsi à 101,3 millions d'euros (+ 19,2 % vs. 2011).

e-TF1 réalise de très bonnes performances sur l'ensemble de ses activités, qu'il s'agisse de l'Interactivité Antenne, ou bien de MYTF1, dont la réussite se poursuit en termes d'activité et de rentabilité.

La croissance de l'activité et la poursuite de la maîtrise des charges permettent au pôle de doubler son résultat opérationnel courant à 18,3 millions d'euros (contre 9,2 millions d'euros un an plus tôt). La marge opérationnelle courante ressort à 18,1 % en 2012 contre 10,8 % en 2011.

Ce succès tant en termes d'audience, de chiffre d'affaires que de rentabilité démontre à nouveau la pertinence de la stratégie digitale de TF1.

La vidéo affiche de très bonnes performances sur MYTF1.fr avec 658 millions de vidéos vues en *replay* en 2012¹⁰, soit une hausse de 20,3 %. En ce qui concerne le temps passé sur les vidéos *on-line*, le groupe TF1 se positionne comme leader des groupes médias français et se place dans le top 3 des acteurs les plus puissants en France, aux côtés des géants internationaux¹¹.

Par ailleurs, depuis son lancement en janvier 2011, le succès de l'application MYTF1 se poursuit et elle comptabilise plus de 4,5 millions de téléchargements à fin décembre 2012¹².

Le site MYTF1.fr enregistre sur un an également une hausse de sa fréquentation. En décembre 2012, le site compte 8,0 millions de visiteurs uniques¹³, soit une progression de 1,3 % par rapport à décembre 2011.

Divers¹⁴

Le chiffre d'affaires s'élève à 65,5 millions d'euros au 31 décembre 2012, contre 53,8 millions d'euros l'année précédente (+ 11,7 M€).

Pour mémoire, le chiffre d'affaires incluait en 2011 13,3 millions d'euros liés à revente de droits de la Coupe du Monde de Rugby.

¹⁰ Source : Médiamétrie eStat Streaming

¹¹ Source : Médiamétrie NetRatings – Novembre 2012

¹² Source : XiTi, eStat Médiamétrie, iTunes Connect, Google Play

¹³ Source : panel Médiamétrie NNR novembre 2012

¹⁴ Source : Kantar Média, année 2012 versus 2011

2012 Information sur l'activité

En 2012, le pôle intègre les recettes de Metro France, consolidé à 100 % depuis le 28 juillet 2011, ainsi que la commission de régie de TF1 Publicité et notamment celle des Indés Radio.

Le résultat opérationnel courant est de 20,6 millions d'euros contre 27,6 millions d'euros en 2011.

Metro France

Le marché publicitaire brut de la presse est en recul de 2,7 % par rapport à l'année 2011. Les quotidiens gratuits d'information continuent de croître avec une progression de + 6,0 % par rapport à 2011. Metro France enregistre une croissance de 16,2 % de ses recettes brutes. Sa part de marché atteint 27,3 %, soit + 2,3 points par rapport à son niveau de 2011. Parallèlement, 20 Minutes est à 44,3 %, en recul de 0,2 point et Direct Matin à 28,4 %, soit - 2,1 points par rapport à 2011.

TF1 Publicité Régie Hors Groupe

La publicité en radio croît de + 3,7 %. En 2012, les investissements bruts sur les radios en régie chez TF1 Publicité progressent de + 13,1 % par rapport à 2011. Sur la radio nationale, la part de marché brute de la régie gagne 1,0 point à 12,7 %.

Droits Audiovisuels

Le chiffre d'affaires du pôle Droits Audiovisuels s'élève à 129,8 millions d'euros en 2012, en hausse de 12,4 % par rapport à l'année précédente.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 3,2 millions d'euros, en hausse de 43,3 millions d'euros par rapport à l'année précédente.

Catalogue

Le marché du cinéma en 2012 est présenté dans le paragraphe TF1 Films Production.

Ce pôle enregistre un chiffre d'affaires de 45,7 millions d'euros, contre 37,2 millions d'euros un an plus tôt, soit une progression de 22,8 %. Cette évolution favorable est due à la hausse des films exploités en salles.

La rentabilité s'inscrit en forte progression en 2012 : le résultat opérationnel courant ressort ainsi à 2,9 millions d'euros contre une perte opérationnelle courante de 28,4 millions d'euros un an plus tôt. Pour mémoire, cette perte était principalement due à la prise en compte aux

deuxième et troisième trimestres 2011 d'une provision relative au litige *Miracle à Santa Anna*.

TF1 Vidéo¹⁵

En 2012, le marché de la vidéo physique et digital recule de - 7,8 % par rapport à 2011 à 1,3 milliard d'euros. Les ventes de Blu-ray et de VoD (*Video on Demand*) sont en nette augmentation mais ne compensent pas la forte baisse du chiffre d'affaires généré par le DVD. Le Blu-ray a représenté un chiffre d'affaires de 224 millions d'euros (+ 7,2 %) et celui de la VoD est de 225 millions d'euros (+ 13,1 %) par rapport à 2011. En 2012, le cap des 10 millions de Blu-ray achetés a été franchi et 43 millions d'actes payants en VoD ont été réalisés. Le DVD reste le support favori des ménages et représente plus des deux tiers du marché pour une valeur de 892 millions d'euros (- 14,9 % par rapport à 2011). Dans ce contexte de marché difficile, TF1 Vidéo a engagé un processus de rationalisation de son activité, qui s'est notamment matérialisé (i) par un plan de sauvegarde de l'emploi et (ii) par la signature, le 13 juillet 2012, d'un accord de distribution avec Paramount Home Media Distribution France.

A fin décembre 2012, le chiffre d'affaires de l'activité Vidéo affiche une croissance de 7,4 % à 84,1 millions d'euros, notamment grâce au succès de la sortie en DVD des films *Intouchables* et *Polisse*, ainsi qu'à la progression des ventes de VoD.

Le résultat opérationnel courant est très légèrement positif à 0,3 million d'euros, en progression de + 12,0 millions d'euros par rapport à 2011.

Antennes Internationales

Eurosport International

Le chiffre d'affaires du groupe Eurosport International est en progression de 10,4 % à 406,0 millions d'euros en 2012.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 57,8 millions d'euros, en recul de 7,4 millions d'euros par rapport à l'année précédente, une performance remarquable compte-tenu du coût de la diffusion des Jeux Olympiques de Londres au cours de l'été 2012. Le taux de marge opérationnelle courante reste fort à 14,2 %.

¹⁵ Source : SEVN - Baromètre Vidéo CNC-GfK

La hausse du chiffre d'affaires résulte à la fois d'une hausse des recettes abonnements de 7,3 % et de la croissance des revenus publicitaires de 18,4 %. Malgré le contexte économique difficile en Europe, le chiffre d'affaires publicitaire d'Eurosport International s'inscrit ainsi en forte progression à 88,7 millions d'euros grâce à la richesse et l'attractivité du calendrier sportif proposé (notamment diffusion de la Coupe d'Afrique des Nations, de l'UEFA Euro 2012, des Internationaux de France de Roland Garros et des Jeux Olympiques de Londres) ainsi qu'au dynamisme des audiences.

A fin décembre 2012, la chaîne Eurosport est reçue par 131,8 millions de foyers en Europe (+ 3,0 millions par rapport au 31 décembre 2011). Le nombre de foyers abonnés payants d'Eurosport International augmente de 3,6 %, la croissance reposant principalement sur l'Europe de l'Est et le Royaume-Uni.

La chaîne Eurosport 2 continue sa croissance et est reçue à fin décembre 2012 par 62,5 millions de foyers (+ 9,4 % en un an).

La chaîne Eurosport HD poursuit son développement et a gagné 7,6 millions d'abonnés en un an.

La chaîne d'information sportive Eurosportnews compte 2,2 millions de foyers en Europe (principalement au Portugal et en Russie). Par ailleurs, elle reste durablement installée hors Europe, particulièrement sur le continent africain et en Océanie.

Enfin, la déclinaison Asie/Pacifique de la chaîne Eurosport poursuit son développement sur sa zone de distribution (Asie, Océanie), comptant à fin décembre 2012, 5,8 millions d'abonnés (+ 16,8 % en un an).

Au total, l'audience du groupe Eurosport est en hausse de 7,1 % dans un contexte marqué par la concurrence accrue des chaînes de sport.

Les activités Internet du groupe Eurosport restent très dynamiques et placent Eurosport au premier rang européen des sites sportifs¹⁶. Avec 14 déclinaisons locales de son site Internet dans le monde, le site Internet attire 3,3 millions de visiteurs uniques à fin décembre¹⁷.

Outre son site Internet, Eurosport propose une application *smartphones* et tablettes disponible en 10 langues. Elle a été téléchargée par 10,0 millions d'utilisateurs (+ 85,2 % par rapport à fin décembre 2011).

Enfin, les chaînes Eurosport sont également distribuées par Internet et fidélisent 105 000

clients en moyenne mensuelle (+ 47,6 % en un an).

Activités Diverses

Au 31 décembre 2012, aucune activité ne rentre dans le périmètre du secteur Activités Diverses. Pour mémoire, en 2011, ce secteur comprenait la société SPS, qui avait généré un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros et une perte opérationnelle courante de 8,7 millions d'euros. Cette société a été cédée en mai 2011.

¹⁶ Source : Nielsen Net Ratings

¹⁷ Source : Digital Analytix

Responsabilité sociétale

• Dialogue, diversité et solidarité

De jeunes talents à l'honneur

Une collaboration entre la direction artistique de la Fiction, la Fondation d'Entreprise de TF1 et PM Production a permis un projet éditorial original : 8 auteurs, âgés de 21 à 40 ans, issus de la diversité et de quartiers défavorisés ont travaillé sous la houlette de leurs accompagnateurs pour présenter des idées de scénarii dans le domaine de la fiction, avec un regard surprenant et différent. Objectif : retenir une histoire, diffusée sur TF1 en *prime time*.

Prix Reporters d'Espoirs pour la rédaction de TF1

Deux équipes de TF1 ont été récompensées lors de l'édition d'avril 2012 des prix Reporters d'Espoirs, qui distinguent des journalistes de la presse écrite, de la télévision, de la radio et du web pour leurs sujets sur des initiatives « porteuses de solutions » dans les domaines de l'économie, l'environnement, la société, la solidarité, la paix et l'humanitaire.

Le journal de 20h de TF1 obtient le 1^{er} Prix des « Media Tenor Global TV Awards »¹⁸

Ce prix international récompense le pluralisme de l'information, en termes de variété de thématiques, de représentativité des acteurs de l'actualité, qu'ils soient des individus, des groupes sociaux, économiques ou politiques. Pour la deuxième fois depuis la création de ce prix prestigieux, un média français, TF1, arrive en tête du palmarès. Rappelons que, pour cette édition, 144 821 reportages provenant de 23 programmes de 8 pays, ont été analysés. (Période juillet 2011-juin 2012).

• Talents et cadre social

Baromètre d'opinion des collaborateurs

70 % des collaborateurs ont participé à ce deuxième baromètre d'opinion du groupe TF1, affirmant leur intérêt pour cette démarche d'écoute. Ce baromètre 2012 confirme également la tendance globale positive qui s'en dégageait déjà en 2010 (70 % d'opinions positives en moyenne sur l'ensemble du questionnaire) et notamment la fierté d'appartenance (87 %), la motivation (87 %), la qualité des relations dans le travail (83 %) et la confiance de la hiérarchie

¹⁸ L'agence Media Tenor dont le siège est à Zurich, a été fondée en 1993. C'est le premier institut de recherche à se consacrer uniquement à l'analyse des médias.

(89 %). L'ensemble des résultats a été mis à la disposition des collaborateurs sur l'Intranet de la société.

Signature d'un premier accord d'entreprise sur l'égalité hommes – femmes

Trois engagements ont été pris, pour promouvoir l'égalité hommes-femmes dans le Groupe :

- favoriser la mixité professionnelle en veillant à une répartition équilibrée entre les hommes et les femmes dans le recrutement ;
- créer une formation spécifique à l'intention des managers afin de les sensibiliser à la question de l'égalité professionnelle ;
- favoriser une meilleure conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle et neutraliser l'impact des congés liés à la parentalité.

TF1 dans le palmarès de VIGEO pour le respect des droits de l'homme et la promotion de l'égalité

VIGEO a publié, mardi 4 septembre 2012, une étude portant sur le comportement à l'égard des Droits de l'Homme de près de 1 500 entreprises cotées en Amérique du Nord, en Asie et en Europe entre 2009 et 2012. Sept entreprises françaises figurent dans ce palmarès, dont TF1, qui occupe la 22^{ème} place du classement général. VIGEO s'est appuyé sur quatre critères pour son analyse :

- le respect des normes relatives aux droits de l'homme et la prévention des violations,
- le respect de la liberté d'association et le droit à la négociation collective,
- la non-discrimination et la promotion de l'égalité,
- la prévention du dumping social dans la chaîne d'approvisionnement.

VIGEO distingue TF1 pour la deuxième année consécutive pour la qualité de sa politique « diversité » et son extension dans son processus d'achat.

TF1 poursuit l'aventure du Défi Intégration avec Team Jolokia

Après le Défi Intégration (équipage composé de personnes handicapées et valides), le Team Jolokia embarque un groupe « reflet de toutes les diversités » pour courir pendant quatre ans les plus grandes courses en équipage de la planète. Le nouvel équipage, présenté jeudi 13 décembre dans les salons de l'Hôtel de la Marine, rassemble vingt femmes et hommes de tous âges, valides ou handicapés, de milieux et origines différents. Ils ont été retenus parmi les 130 personnes qui ont postulé à l'annonce. TF1 a choisi de poursuivre l'odyssée aux côtés du Jolokia autour de ce nouveau challenge sportif et humain par un partenariat pluri-annuel.

- **Intégration du développement durable dans les activités**

Metro France réduit son empreinte environnementale

Metro France a pris en compte l'impact environnemental de son activité dans la conception de sa nouvelle formule lancée le 5 mars dernier. Le format réduit du quotidien a permis une économie de 10 tonnes de papier par jour et son procédé de fabrication épargne plusieurs centaines de milliers de litres d'eau par an ainsi que la suppression d'adjuvants chimiques, incontournables en imprimerie « classique ».

Le quotidien est imprimé dans 7 imprimeries réparties sur tout le territoire, ce qui réduit les distances, sur du papier 100 % recyclé (management environnemental ; certification PEFC et FSC).

En fin de cycle de vie, les journaux non distribués sont récupérés le lendemain par le livreur et remis à l'imprimeur. Le papier est ensuite recyclé par la société Paprec, spécialiste du recyclage.

TF1 Entreprises lance Recycler.fr

Recycler.fr, s'inscrit dans une démarche à la fois économique et écologique : les téléphones fonctionnels rachetés sont testés, reconditionnés et remis sur le marché de l'occasion en France et à l'étranger, à un prix entre 30 et 70 % moins cher que leur modèle neuf. Les téléphones non fonctionnels et non réparables sont dépollués par extraction des métaux lourds et des composants toxiques. Pour mener à bien cette initiative, TF1 Entreprises s'appuie sur l'expertise et le savoir-faire de Recommerce Solutions, acteur B2B du recyclage, plusieurs fois primé pour le reconditionnement de ses produits. Le service est en ligne sur www.recycler.fr.

Jo, la première série télévisée française neutre en carbone

Atlantique Productions et TF1 ont uni leurs efforts pour faire du tournage de *Jo*, série phare de la chaîne dont Jean Reno est la vedette, une première en matière environnementale. L'empreinte écologique a été minimisée en repensant toute l'organisation : repérages en deux roues électriques, lieux de *catering* proches du

tournage, prévention du gaspillage alimentaire, groupes électrogènes remplacés par des branchements forains, utilisation d'un drone pour les vues aériennes au lieu d'un hélicoptère... TF1, acteur du collectif Ecoprod, apporte son expertise dans l'accompagnement de la démarche et la mesure du carbone émis. Takis Candilis, Président de Lagardère Entertainment et Klaus Zimmerman, producteur de la série, ont décidé de compenser le CO₂ résiduel émis par le tournage en achetant des crédits carbone, soit une participation financière à des projets positifs pour l'environnement et la biodiversité. La production est donc neutre en carbone.

Première certification « HQE Exploitation » pour un bâtiment de TF1

Le 15 novembre 2012, le bâtiment Le Delta est devenu le premier immeuble occupé par le Groupe à recevoir la certification HQE (Haute Qualité Environnementale) Exploitation. Cette distinction récompense la Direction des Affaires générales de TF1, le bailleur, l'OCDE (colocataire de TF1 au Delta) et leurs prestataires pour la politique environnementale mise en œuvre dans la gestion et l'entretien du bâtiment. Elle a donné lieu à un important travail de collecte d'informations et de documentation. Les auditeurs ont noté que TF1 possédait déjà un fort engagement dans le développement durable et que de nombreuses bonnes pratiques étaient déjà en place. Une démarche de certification sera également engagée pour les immeubles de l'Atrium et de la Tour.

- **Achats Responsables**

Ouverture de l'auto-partage de véhicules électriques à tous les collaborateurs

Dans le cadre des Achats Responsables et du Plan de Déplacement de l'Entreprise, le dispositif d'auto-partage de voitures électriques en place à TF1 pour les déplacements professionnels est désormais ouvert à l'ensemble des collaborateurs.

En 2013, le groupe TF1 va aborder à nouveau une année économique incertaine.

Dans ce contexte économique profondément perturbé, TF1 retient une hypothèse d'évolution de son chiffre d'affaires consolidé pour l'exercice 2013 de - 3 %.

En dépit des aléas conjoncturels, en cinq ans, le Groupe s'est profondément transformé :

- en termes d'offre : TF1 n'est plus seulement un média de masse ; le Groupe allie désormais l'efficacité du média de masse à la proximité des médias numériques.
- en termes de modèle économique : la chaîne TF1 est devenue le cœur d'un nouvel écosystème. Son audience, portée par des programmes phares et des marques fortes, aux prolongements multiples, est devenue génératrice de nouveaux revenus.

Toutefois, afin de poursuivre l'action et de construire l'avenir, le Groupe adressera en 2013, 5 sujets majeurs : la consolidation de son offre gratuite, le renforcement de son offre payante, le développement de son offre aux consommateurs, l'amélioration de la compétitivité et la poursuite de son action d'Entreprise citoyenne et responsable.

Ancrer un nouvel modèle d'offre gratuite

Le groupe TF1 propose une offre sans équivalent de télévision gratuite en France, grâce à 4 chaînes : TF1, leader incontesté, TMC et NT1, chaînes en forte croissance, et HD1, chaîne dédiée à la création, lancée le 12 décembre 2012. La stratégie du Groupe dans ce domaine consiste à amplifier le rayonnement de la chaîne TF1 sur toutes les activités et à renforcer la logique de Groupe de chaînes.

En 2013, le Groupe veillera notamment à consolider son audience globale.

Il s'attachera également à proposer de nouveaux programmes, que ce soit sur TF1 ou sur TMC, NT1 et HD1, à renforcer la complémentarité des positionnements des chaînes et à amplifier les synergies entre ces dernières, dans le respect des engagements pris auprès des autorités compétentes.

Afin d'alimenter les différentes Antennes, le Groupe poursuivra sa politique d'investissement dans des formats innovants, seul, en partenariat ou au moyen de la production interne, en maintenant la rigueur dans la négociation et en optimisant l'exploitation des droits.

Enfin, en termes de commercialisation des chaînes TF1 et HD1, en 2013, la régie TF1 Publicité s'emploiera à préserver la valeur des écrans, à intensifier les prolongements digitaux, tout en restant opportuniste sur la prise en régie de nouveaux supports, afin d'offrir des services plus globaux aux annonceurs, alliant le média de masse au média one-to-one.

Faire croître le pôle consommateurs

Le groupe TF1 a également développé une relation étroite avec l'ensemble de ses publics sur tous les canaux disponibles, dont les réseaux sociaux. TF1 s'adresse au consommateur par ses activités de vente à distance, l'édition et la distribution de DVD et de VoD, de jeux de société et par la production musicale.

Dans ce domaine, le Groupe continuera de développer en 2013 une stratégie orientée Clients reposant sur trois leviers principaux :

- l'utilisation des marques, qu'il s'agisse de la marque TF1, offrant une capacité de promotion et de valorisation inégalée, ou encore du large portefeuille de marques fortes existant au sein du Groupe ;
- les opportunités technologiques, lesquelles ouvriront certainement de nouvelles perspectives, que ce soit en termes d'interactivité plus forte entre le téléspectateur et son programme, en termes de modes de consommation de contenus de plus en plus diversifiés ou en encore en termes d'expérience du multi-écrans ;
- la relation client / téléspectateur, en évolution permanente, et répondant à une demande de ciblage toujours plus forte de la part des annonceurs. Non seulement, le groupe TF1 progresse sans cesse dans ce domaine mais il dispose d'une multiplicité de canaux à l'exploitation prometteuse.

Renforcer l'offre payante

La stratégie du Groupe en 2013 consistera à développer une offre compétitive pour le marché français. Le partenariat entre TF1 et Discovery Communications permettra de s'appuyer sur l'expérience de Discovery dans l'édition de chaînes de documentaires, magazines et reportages afin de constituer, à destination des distributeurs français, une offre de chaînes thématiques de référence avec les chaînes existantes du groupe TF1, autour du portefeuille de droits de Discovery.

De plus, en 2013, le Groupe s'attachera à exploiter les nombreuses synergies entre Eurosport et Discovery Communications. Les deux groupes allieront leurs forces, dans le domaine de la distribution, grâce à la création d'une structure commune notamment, dans le domaine de la publicité locale et dans la recherche de nouvelles pistes de développement, en s'inscrivant dans la continuité de la stratégie d'Eurosport.

Améliorer la compétitivité

En 2013, le Groupe va poursuivre la mise en œuvre de la Phase II de son plan d'optimisation afin d'adapter son modèle économique. Axée sur la réduction des charges opérationnelles et sur l'introduction de davantage de flexibilité, la Phase II a déjà permis de générer 15 millions d'euros en 2012.

Le Groupe devra donc encore travailler à dégager 70 millions d'euros d'économies récurrentes d'ici fin 2014, grâce à la réduction des frais généraux, l'amélioration de la productivité et l'optimisation du coût des grilles du Groupe.

Afin de tenir compte de la conjoncture économique, le Groupe a décidé d'accélérer l'exécution de la phase II de ce plan.

Le coût de grille de la chaîne TF1 devrait être de 900 millions d'euros maximum en 2013.

Actions RSE

Conscient de sa responsabilité de groupe média *leader*, TF1 intègre la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise à ses orientations stratégiques.

En 2013, le Groupe se mobilisera pour être de nouveau à l'origine d'initiatives pertinentes dans son secteur. Il s'assurera de la diversité des représentations et des programmes proposés, de leur caractère inclusif et non discriminant, de la promotion de la solidarité, du lien social, des enjeux de développement durable, dans un souci constant de dialogue avec l'ensemble de ses parties prenantes.

Fort de fondamentaux solides, d'une structure financière saine qui lui donne les moyens de ses ambitions, d'une stratégie claire et ambitieuse, le Groupe restera plus que jamais mobilisé pour consolider sa place de premier groupe de télévision privée en France, avec comme mots d'ordre : anticipation et concrétisation.

Comptes consolidés 2012

Bilan Consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2012.12	2011.12
Goodwill	7	874,3	874,3
Immobilisations incorporelles		129,8	142,0
Droits audiovisuels	8.1	55,2	70,8
Autres immobilisations incorporelles	8.2	74,6	71,2
Immobilisations corporelles	9	216,8	230,8
Participations dans les entreprises associées	10	161,1	1,3
Actifs financiers non courants	12.1	15,8	167,6
Actifs d'impôt non courants	28.2.2	10,6	5,8
Total actifs non courants		1 408,4	1 421,8
Stocks et en-cours		632,1	648,5
Programmes et droits de diffusion	11	615,2	635,6
Autres stocks		16,9	12,9
Clients et autres débiteurs	12.4	1 302,0	1 241,8
Actifs d'impôt courants		14,5	0,5
Autres actifs financiers courants	12	2,1	5,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie	12.5	258,7	35,9
Total actifs courants		2 209,4	1 932,6
Actifs en cours de cession		-	-
TOTAL ACTIF		3 617,8	3 354,4
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	15	236,3	(40,6)

Bilan Consolidé (suite)

PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2012.12	2011.12
Capital	13.1	42,1	42,2
Primes et réserves		1 506,7	1 350,2
Résultat consolidé de l'exercice		136,0	182,7
Total capitaux propres part du groupe		1 684,8	1 575,1
Intérêts minoritaires		117,0	12,1
Total capitaux propres		1 801,8	1 587,2
Emprunts non courants	14 et 15	13,6	18,0
Provisions non courantes	16.1	39,3	40,0
Passifs d'impôt non courants	28.2.2	9,8	9,9
Total passifs non courants		62,7	67,9
Dettes financières courantes	15	8,8	58,5
Fournisseurs et autres créiteurs	14	1 687,2	1 563,7
Provisions courantes	16.2	53,5	56,6
Passifs d'impôt courants		2,9	20,2
Autres passifs financiers courants	14	0,9	0,3
Total passifs courants		1 753,3	1 699,3
Passifs liés aux actifs en cours de cession		-	-
TOTAL PASSIF		3 617,8	3 354,4

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice	Exercice
		2012	2011
Recettes de publicité		1 775,5	1 821,5
- Antenne TF1		1 402,8	1 504,1
- Autres supports		372,7	317,4
Recettes de la diversification hors publicité		845,1	798,2
Chiffre d'affaires	17	2 620,6	2 619,7
Autres produits de l'activité		0,4	0,8
Consommation de production externe	18	(772,5)	(702,9)
Autres achats consommés et variation de stocks	19	(442,2)	(432,3)
Charges de personnel	20	(423,9)	(432,8)
Charges externes	21	(488,2)	(469,7)
Impôts et taxes	22	(147,0)	(145,2)
Dotations nettes aux amortissements		(71,8)	(78,4)
Dotations nettes aux provisions		(12,6)	(29,9)
Autres produits d'exploitation	23	126,0	87,5
Autres charges d'exploitation	23	(130,7)	(133,9)
Résultat opérationnel courant		258,1	282,9
Autres produits opérationnels	24	-	-
Autres charges opérationnelles	24	(47,7)	-
Résultat opérationnel		210,4	282,9
Produits sur endettement financier	25	0,6	1,4
Charges sur endettement financier	25	(0,6)	(0,9)
Coût de l'endettement financier net		-	0,5
Autres produits financiers	26	7,6	5,9
Autres charges financières	26	(1,8)	(0,8)
Impôt	28	(70,5)	(88,7)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	10	(6,4)	(13,7)
Résultat net des activités poursuivies		139,3	186,1
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-
Résultat net		139,3	186,1
attribuable au Groupe		136,0	182,7
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>		3,3	3,4
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	29	210 716	212 436
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	29	0,65	0,86
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	29	0,64	0,86

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice 2012	Exercice 2011
Résultat net consolidé	139,3	186,1
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	(7,2)	2,4
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	2,5	(0,8)
Quote-part des produits et charges des entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Eléments recyclables en résultat net		
Réévaluation des instruments dérivés de couverture	(3,8)	2,3
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,1	0,2
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	1,4	(0,8)
Quote-part des produits et charges des entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(7,0)	3,3
Total des produits et charges comptabilisés	132,3	189,4
<i>attribuable au Groupe</i>	129,0	186,0
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>	3,3	3,4

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Notes	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2010		42,7	3,7	(0,4)	1 489,4	3,5	1 538,9	8,7	1 547,6
Augmentation de capital (exercice de stock-options)		-	0,1	-	-	-	0,1	-	0,1
Paiements fondés sur des actions		-	-	-	1,0	-	1,0	-	1,0
Rachat d'actions propres		-	-	(26,5)	-	-	(26,5)	-	(26,5)
Annulation d'actions propres		(0,5)	(3,8)	26,2	(21,9)	-	-	-	-
Dividendes versés		-	-	-	(117,2)	-	(117,2)	-	(117,2)
Autres opérations avec les actionnaires		-	-	-	(7,2)	-	(7,2)	-	(7,2)
Total opérations avec les actionnaires		(0,5)	(3,7)	(0,3)	(145,3)	-	(149,8)	-	(149,8)
Résultat net consolidé		-	-	-	182,7	-	182,7	3,4	186,1
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres		-	-	-	-	3,3	3,3	-	3,3
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)		-	-	-	-	-	-	-	-
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2011		42,2	-	(0,7)	1 526,8	6,8	1 575,1	12,1	1 587,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)		-	-	-	-	-	-	-	-
Paiements fondés sur des actions		-	-	-	0,7	-	0,7	-	0,7
Rachat d'actions propres		-	-	(2,3)	-	-	(2,3)	-	(2,3)
Annulation d'actions propres		(0,1)	-	3,0	(3,0)	-	(0,1)	-	(0,1)
Dividendes versés		-	-	-	(116,0)	-	(116,0)	(1,0)	(117,0)
Autres opérations avec les actionnaires		-	-	-	93,0	-	93,0	102,6	195,6
Total opérations avec les actionnaires		(0,1)	-	0,7	(25,3)	-	(24,7)	101,6	76,9
Résultat net consolidé		-	-	-	136,0	-	136,0	3,3	139,3
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres		-	-	-	-	(7,0)	(7,0)	-	(7,0)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)		-	-	-	5,4	-	5,4	-	5,4
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2012		42,1	-	-	1 642,9	(0,2)	1 684,8	117,0	1 801,8

Se reporter à la note 13 – « Capitaux propres consolidés » pour le détail des variations.

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2012	Exercice 2011
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)		139,3	186,1
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)		75,3	79,7
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>		44,7	48,2
<i>Immobilisations corporelles</i>		30,4	29,7
<i>Immobilisations financières</i>		(0,2)	0,2
<i>Provisions non courantes</i>		0,4	1,6
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(9,2)	(14,6)
Variations de juste valeur		(5,2)	(2,5)
Paiements fondés sur des actions		0,7	1,0
Résultat de cessions d'actifs		0,4	(3,5)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes		6,4	13,7
Produits de dividendes (titres non consolidés)		(1,2)	(1,7)
Sous-total		206,5	258,2
Coût de l'endettement financier net		-	(0,5)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		70,5	88,7
Capacité d'autofinancement		277,0	346,4
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(102,1)	(73,2)
Variation du BFR lié à l'activité		87,6	(82,1)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		262,5	191,1
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(51,4)	(100,9)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		1,1	1,9
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(3,4)	(5,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		0,1	-
Incidence des variations de périmètre		(6,4)	8,8
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		(6,4)	(4,8)
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		-	16,8
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		-	(3,2)
Dividendes reçus		1,2	1,7
Variation des prêts et avances consentis		0,2	(0,8)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(58,6)	(94,7)
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		-	0,1
Rachats et reventes d'actions propres		(2,3)	(26,5)
Autres opérations entre actionnaires	30.3	192,3	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		(117,0)	(117,2)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		0,4	0,2
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(4,7)	(8,7)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		-	0,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		68,7	(151,6)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		272,6	(55,2)
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies		(18,2)	37,0
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		272,6	(55,2)
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	30.1	254,4	(18,2)

Notes annexes aux états financiers consolidés

Les notes aux états financiers consolidés sont présentées dans les annexes.

Se reporter sur le site internet du Groupe pour les consulter : <http://www.groupe-tf1.fr/finance/resultats-publications/rapports-financiers/2012-7242814-843.html>

Calendrier prévisionnel

18 avril 2013 : Assemblée Générale Mixte

25 avril 2013 : détachement du dividende 2012

30 avril 2013 : paiement du dividende 2012

7 mai 2013 : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2013

25 juillet 2013 : chiffre d'affaires et comptes du premier semestre 2013

7 novembre 2013 : chiffre d'affaires et comptes du troisième trimestre 2013

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 057 516,60 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne Cedex – France
www.mytf1.fr

Contacts :

Département Relations Investisseurs
Internet : www.groupe-tf1.fr
Courriel : comfi@tf1.fr