



LE GROUPE

Rapport d'activité
2016

Rapport d'activité - 2016

1. Information financière 2016	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants de l'année 2016	6
1.3. Analyse des résultats consolidés	9
1.4. Information sectorielle	12
1.5. Responsabilité sociétale	19
1.6. Point social	21
1.7. Performances boursières	21
1.8. Perspectives	21
1.9. Evolution du capital	21
1.10. Gouvernance	22
1.11. Calendrier prévisionnel	22
2. Comptes consolidés 2016	23
Compte de résultat consolidé	23
Etat des produits et charges comptabilisés	24
Tableau des flux de trésorerie consolidés	25
Bilan consolidé	26
Bilan consolidé (suite)	27
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	28
Notes annexes aux états financiers consolidés condensés	29

1. Information financière 2016

1.1. Résultats consolidés

Indicateurs financiers

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées du groupe TF1.

<i>En millions d'euros</i>	2016	2015
Chiffre d'affaires consolidé	2 062,7	2 004,3
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 530,1</i>	<i>1 554,2</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>532,6</i>	<i>450,1</i>
Résultat opérationnel courant	129,4	158,0*
Résultat opérationnel	45,7	141,2*
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	41,7	99,9
Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt	267,5	164,0
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,20	0,47
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,20	0,47
Total capitaux propres part du Groupe	1 493,4	1 741,7
Trésorerie nette des activités poursuivies	186,7	700,8

* Inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France (33,7 millions d'euros).

	2016	2015
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	209 444	210 786
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	9,45	10,25
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	1,98	2,16

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant de l'année

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1. La définition de chacun des secteurs et les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels sont disponibles sur le site du groupe TF1 : www.groupe-tf1.fr.

Contribution au chiffre d'affaires

<i>En millions d'euros</i>	2016	2015
Antennes	1 669,9	1 736,1
Dont Antennes gratuites	1 517,1	1 569,0
Studios et Divertissements	392,8	268,2
CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDE	2 062,7	2 004,3

Contribution au résultat opérationnel courant

<i>En millions d'euros</i>	2016	2015
Antennes	87,5	134,6
Dont Antennes gratuites	45,2	71,1
Studios et Divertissements	41,9	23,4
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	129,4	158,0

Détail du coût des programmes des antennes gratuites

<i>En millions d'euros</i>	2016	2015
Total coût des programmes	1 006,6	956,2
<i>Événements sportifs</i>	46,1	26,8
Total hors événements sportifs	960,5	929,4
Variétés / Jeux / Magazines	269,5	285,5
Fictions* / Téléfilms / Séries / Théâtre	312,1	316,7
Sports (hors événements sportifs)	49,0	45,0
Information	140,7	107,3
Films	174,1	159,9
Jeunesse	15,1	15,0

*Hors 25,4 millions d'euros de charges non-courantes en 2016 liées la concomitance de méthodes de comptabilisation de fictions françaises produites avant et après le décret du 27 avril 2015 autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction au titre de leurs investissements en production indépendante.

Le coût des programmes des antennes gratuites intègre celui de LCI à compter de son passage en clair en avril 2016.

Coût des programmes ventilé par nature du compte de résultat

<i>En millions d'euros</i>	2016	2015
Achats consommés et variation de stocks	(819,9)	(873,3)
Charges de personnel	(78,3)	(68,3)
Charges externes	(21,7)	(20,8)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(90,0)	(0,4)
Autres lignes du compte de résultat IFRS	3,3	6,6
Résultat opérationnel courant	(1 006,6)	(956,2)

Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant trimestriels

M€	T1 2016	T1 2015	T2 2016	T2 2015	T3 2016	T3 2015	T4 2016	T4 2015
Antennes	389,4	418,0	448,7	445,2	323,3	355,8	508,5	517,1
dont Antennes Gratuites	353,5	366,3	408,7	414,1	290,2	311,5	464,7	477,1
<i>dont publicité TV des chaînes gratuites</i>	341,3	343,6	394,9	389,7	279,7	292,2	439,4	444,4
Studios et divertissements	92,5	57,1	94,6	60,4	78,2	63,5	127,5	87,2
Chiffre d'affaires consolidé	481,9	475,1	543,3	505,6	401,5	419,3	636,0	604,3
Antennes	4,9	22,6 *	33,1	65,2	(16,5)	1,5	66,0	45,3
dont Antennes Gratuites	(3,5)	(18,6)	21,6	57,2	(25,6)	(5,1)	52,7	37,6
<i>dont coût des programmes (y compris événements sportifs)</i>	(232,4) **	(243,5)	(265,4) **	(216,7)	(218,7) **	(212,9)	(290,1) **	(283,1)
Studios et divertissements	9,9	5,5	9,6	4,0	5,6	8,0	16,8	5,9
Résultat opérationnel courant	14,8	28,1	42,7	69,2	(10,9)	9,5	82,8	51,2

* Inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France (33,7 millions d'euros).

** Hors 25,4 millions d'euros (-15,3 millions d'euros au T1, -4,4 millions d'euros au T2, -1,2 million d'euros au T3 et -4,5 millions d'euros au T4) de charges non courantes liées à la concomitance de méthodes de comptabilisation de fictions françaises produites avant et après le décret du 27 avril 2015 autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction au titre de leurs investissements en production indépendante.

1.2. Faits marquants de l'année 2016

Janvier

14 Janvier 2016

Le groupe TF1 a acquis auprès de la FIFA, un ensemble de droits concernant les quatre prochaines compétitions majeures du football mondial.

Ainsi, sur TF1, seront diffusés en exclusivité en clair les 28 meilleurs matchs de la Coupe du Monde FIFA 2018™ en Russie et la Coupe du Monde FIFA 2022™ au Qatar.

Le Groupe a aussi acquis l'intégralité des droits de La Coupe du Monde FIFA Féminine™ 2019 en France ainsi que de la Coupe des Confédérations FIFA 2017 en Russie.

15 Janvier 2016

Pour la 2^{ème} année consécutive, le groupe TF1 et LABCOM ont organisé au siège de TF1, la remise des Trophées de la communication digitale au féminin #TCDF2015 qui récompensent la prise d'initiative des femmes dans le digital pour leur domaine d'activité.

26 janvier 2016

Après avoir obtenu les autorisations nécessaires de la part de l'ensemble des autorités compétentes, FLCP, société holding du groupe Newen, et TF1 ont finalisé l'opération visant à l'acquisition par TF1 d'une participation de 70 % du capital de FLCP, rebaptisée à l'occasion Newen Studios et qui regroupera Newen et Neweb. Les actionnaires actuels, dont l'équipe dirigeante, restent associés à hauteur de 30 %.

Février

Pour la troisième année consécutive, la direction des Achats maintient son label "Relations Fournisseur Responsables" jusqu'en janvier 2017. Ce label, décerné par la Médiation Nationale Interentreprises et la Compagnie des Dirigeants et Acheteurs de France (CDAF), vient récompenser la politique globale de TF1 à l'égard de ses fournisseurs et atteste des engagements pris par la Direction des Achats comme l'équité financière vis-à-vis des fournisseurs, l'éthique et la promotion de relations durables et équilibrées.

17 février 2016

Gilles Pélisson est nommé Président directeur général le 17 février 2016, son entrée en fonction étant effective le 19 février 2016. Jusqu'à cette date, Gilles Pélisson s'est préparé à exercer ses

nouvelles fonctions avec le concours de Nonce Paolini.

Agé de 58 ans, diplômé de l'Essec et de la Harvard Business School, Gilles Pélisson a dirigé Eurodisney et Accor, sociétés cotées importantes fournissant des services au grand public, ainsi que Noos et Bouygues Telecom, sociétés exerçant des activités régulées sur des marchés connaissant des évolutions technologiques importantes. Gilles Pélisson a une grande expérience de l'international et a toujours veillé à la qualité des relations sociales. Il connaît bien TF1 dont il est administrateur depuis 2009.

24 février 2016

Le Groupe Newen Studios a fait l'acquisition de 100% du capital de la société Rendez Vous Production Série. Cette filiale est intégrée globalement dans les comptes consolidés du Groupe TF1 à compter du 1er janvier 2016.

Mars

L'agent de licence du groupe TF1 a été choisi par IMPS pour représenter la marque emblématique des *Schtroumpfs* sur le territoire français.

22 mars 2016

e-TF1 annonce son entrée au capital de la société de marketing digital, Bonzaï Digital, avec une prise de participation majoritaire de 51 %.

Avril

Le Groupe diffusera des courses hippiques dont le « Qatar Prix de l'Arc de Triomphe » et le « Prix d'Amérique Opodo », pour une durée de trois ans, en partenariat avec France Galop et LeTROT, lors d'une émission quotidienne sur LCI.

5 avril 2016

La chaîne d'information LCI est passée en clair le 5 avril 2016 sur le Canal 26 de la TNT.

Mai

12 mai 2016

Les deux premiers épisodes de la série originale *Marseille* produite par Netflix sont diffusés sur TF1.

24 mai 2016

Le groupe TF1, le SATEV, le SEDPA, le SPECT, le SPFA, le SPI et l'USPA signent un nouveau partenariat en faveur de la création audiovisuelle française. Pour la première fois, l'ensemble des organisations professionnelles représentatives des producteurs et distributeurs audiovisuels et le groupe TF1 ont convenu des éléments suivants :

- Le groupe TF1 renouvelle son engagement en faveur de la création d'œuvres patrimoniales pour une durée de 4 ans, à hauteur de 12,5% du chiffre d'affaires publicitaire net éditeur.
- La part des investissements du groupe TF1 consacrée aux œuvres relevant de la production dite « dépendante » est désormais portée à 36%, dont :
 - Un couloir plafonné à 26% est réservé aux filiales du groupe TF1,
 - Le différentiel de 10% représente une « zone de souplesse » permettant à TF1 d'obtenir, dans des conditions encadrées par l'accord, des droits plus étendus (linéaires et non linéaires) auprès de sociétés de production capitalistiquement indépendantes.
- La part des investissements du groupe TF1 consacrée aux œuvres relevant de la production dite « indépendante » est de 64%.
- Le groupe TF1 bénéficiera également, dans certaines conditions, d'un accès plus favorable aux parts de coproduction et au droit à recettes en complément des accords de 2015.
- L'engagement du groupe TF1 dans la création se traduit également par la garantie d'allouer une part de 75% de ses investissements à la production inédite, ainsi que par l'engagement d'une prise en charge d'une quote-part renforcée des dépenses d'écriture et de développement.

24 mai 2016

Les groupes France Télévisions et TF1, d'une part, et les organisations professionnelles représentatives des producteurs et distributeurs de programmes audiovisuels (SATEV, SEDPA, SPECT, SPFA, SPI et USPA), d'autre part, ont signé le 24 mai 2016 un accord interprofessionnel relatif à la négociation des mandats de

commercialisation des œuvres audiovisuelles coproduites par les éditeurs et comptabilisées dans leurs obligations d'investissement en production indépendante, conformément à l'article 6 du décret n° 2015-483 du 27 avril 2015.

- Le producteur délégué ne dispose pas d'une capacité de distribution ou d'un accord cadre de distribution, ou renonce à y recourir de manière dérogatoire, l'accord prévoit d'une part un mécanisme « équitable, transparent et non discriminatoire » de mise en concurrence pour l'attribution des mandats de commercialisation aux filiales de distribution des éditeurs ou aux distributeurs indépendants.
- L'accord encadre les modalités de renonciation du producteur délégué à recourir à sa capacité de distribution ou à un distributeur avec lequel il aurait conclu un accord-cadre de distribution, ainsi que les modalités de contrôle des conditions de cette renonciation par le CSA.
- L'accord définit les conditions effectives d'exercice des mandats pour l'ensemble des distributeurs de programmes audiovisuels, afin de garantir la circulation des œuvres.

Juin

9 juin 2016

TF1 devient partenaire de Viva Technology qui organise le premier événement français d'envergure mondiale sur l'innovation et l'économie de demain.

9 juin 2016

TF1 détient désormais 100% des actions de TMC qui est la chaîne de référence de la TNT gratuite, suite au rachat de la participation de 20% que détenait la Principauté de Monaco dans TMC. Cette transaction s'est faite par échange d'actions, permettant ainsi à la Principauté de Monaco, actionnaire de TF1, de rester associée aux succès de TMC et du groupe TF1 et de détenir 1,1% du capital de TF1.

Juillet

26 juillet 2016

Dans l'optique du lancement de la nouvelle plateforme digitale d'information sous la marque LCI, le Groupe a choisi la solution *text-to-video* proposée par Wibbitz.

TF1 - Information financière 2016

29 juillet 2016

Dans le cadre de l'opération de rachat d'ITAS par TDF, TF1 et TDF ont signé un accord permettant de déboucler définitivement l'opération de vente par TF1 de la société OneCast à ITAS réalisée fin 2014.

Septembre

22 septembre 2016

Le groupe TF1 prend acte de la mise en demeure du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) adressée à LCI de cesser sur l'antenne de TF1 « la promotion croisée » de la chaîne LCI, et s'y conforme.

Pour autant, le groupe TF1 souhaite ouvrir une réflexion avec le CSA sur la modification que l'arrivée de la chaîne France Info entraîne dans le paysage des chaînes d'information en continu et ses conséquences sur les engagements qu'il a pris.

Octobre

5 octobre 2016

A l'occasion de la 7^{ème} édition des Grands Prix de la Transparence, le groupe TF1 s'est distingué en remportant pour la troisième année consécutive le Grand Prix de la Transparence, toutes catégories confondues.

26 octobre 2016

Gilles Pélisson, Président directeur général du groupe TF1, est désigné Président de l'ACP (Association des Chaînes Privées) pour une période de deux ans.

Novembre

8 novembre 2016

8 *start-up* sélectionnées pour le caractère pertinent de leur solution et le potentiel business sur les métiers du Groupe, ont été accompagnées pendant 12 mois, par plus de 50 collaborateurs pour construire des synergies fructueuses dans de nombreux secteurs d'activités de Groupe TF1. Tout au long du programme, TF1 a mené avec ces *start-up* pas moins de 13 expérimentations qui ont débouché sur 7 partenariats avec 3 d'entre elles dans les domaines de l'eSport, la data et l'info 2.0.

15 novembre 2016

A l'occasion de la 5^{ème} édition des *Social Media Awards*, le groupe TF1 s'est vu décerné 3 prix et

une mention spéciale qui distinguent sa stratégie 4 écrans. Ces derniers récompensent sa relation privilégiée avec le public, établie au travers de dispositifs digitaux innovants.

30 novembre 2016

TF1, NBCUniversal International Studios et Mediengruppe RTL Deutschland lancent la production de *Gone*, une nouvelle série policière. TF1 diffusera et distribuera la série en France.

Décembre

1 décembre 2016

Le groupe TF1 annonce prendre une participation majoritaire au capital de MinuteBuzz, leader en France sur les plateformes sociales auprès des *Millennials* avec 9 millions d'abonnés et 2 milliards de vidéos vues depuis le début de l'année.

5 décembre 2016

Le groupe TF1 a organisé *Expertes à la Une*, un événement avec pour ambition de renforcer la représentativité des femmes expertes dans les journaux télévisés.

31 décembre 2016

TF1 réalise 90 des 100 meilleures audiences de l'année 2016.

1.3. Analyse des résultats consolidés

Nouveaux secteurs

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1. La définition de chacun des secteurs ci-dessous est présentée dans les notes annexes aux états financiers consolidés condensés et les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels sont disponibles sur le site du groupe TF1 : www.groupe-tf1.fr. La répartition des entités consolidées par pôles opérationnels est disponible sur le site du groupe TF1 : www.groupe-tf1.fr et est présentée en *note 9 – périmètre de consolidation* de ces mêmes notes annexes.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé 2016 du groupe TF1 s'élève à 2 062,7 millions d'euros, en hausse de 58,4 millions d'euros par rapport à 2015.

Cette évolution s'explique principalement par les éléments suivants :

- La consolidation du groupe Newen Studios à compter du 1^{er} janvier 2016 ;
- Les impacts liés, d'une part, à la déconsolidation de la société Eurosport France à compter du 31 mars 2015, dont le chiffre d'affaires s'établissait au premier trimestre 2015 à 17,8 millions d'euros et, d'autre part, à la revente de droits sportifs (13 millions pour la Coupe du Monde de Rugby au troisième trimestre 2015).

Chiffre d'affaires publicitaire

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe recule de 1,6 % (soit -24,1 millions d'euros) à 1 530,1 millions d'euros. Il se compose de :

- 1 455,3 millions d'euros de revenus publicitaires nets pour les cinq chaînes gratuites du Groupe, en recul de 1,0% par rapport à 2015 en l'absence de reprise marquée du marché publicitaire en télévision. Ce chiffre d'affaires intègre à partir du 1^{er} janvier 2016 celui de la chaîne LCI.
- 74,8 millions d'euros d'autres revenus publicitaires générés par les autres supports du Groupe, en baisse de 9,5 millions d'euros par rapport à 2015. Cette baisse s'explique notamment par la baisse des revenus

publicitaires de *Metronews*, dont l'édition papier a cessé en juillet 2015, ainsi que par le non renouvellement des contrats de régie de beIN Sports et du groupe Discovery.

Chiffre d'affaires des autres activités

Le chiffre d'affaires des autres activités du Groupe pour 2016 s'élève à 532,6 millions d'euros, en hausse de 82,5 millions d'euros (+18,3%) et s'explique notamment par :

- la présence de la société Eurosport France au premier trimestre 2015, société déconsolidée le 31 mars 2015 ;
- la consolidation de Newen Studios à compter du 1^{er} janvier 2016 ;
- la revente de droits sportifs pour la Coupe du Monde de Rugby au troisième trimestre 2015.

Coût des programmes et autres produits et charges opérationnels

Coût des programmes

A la suite de la publication du décret du 27 avril 2015 autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction au titre de leurs investissements en production indépendante, une part de coproduction est désormais acquise et comptabilisée avant la diffusion, c'est-à-dire au moment où l'œuvre financée après publication du décret est livrée à la chaîne. La concomitance de ces traitements comptables d'œuvres financées avant le décret et après le décret conduit à la comptabilisation d'une charge complémentaire. Cette concomitance étant limitée dans le temps, elle est traitée en charges non-courantes. Elle s'élève à 25,4 millions d'euros pour l'année 2016.

Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe (LCI à compter du 5 avril 2016) hors événements sportifs et hors éléments non courants s'élève à 960,5 millions d'euros en 2016, contre 929,4 millions d'euros un an plus tôt pour quatre chaînes gratuites. Le coût de diffusion sur les antennes du Groupe des matchs de l'Euro 2016 s'élève à 46,1 millions d'euros (36,9 millions d'euros, net des programmes de remplacement).

TF1 - Information financière 2016

Autres charges, dépréciations, provisions et amortissements

En 2016, les autres charges, amortissements et provisions sont en hausse de 36,6 millions d'euros. Cette hausse s'explique principalement par des effets de périmètre avec l'intégration du groupe Newen Studios et la baisse de charges liée, d'une part, à la réduction de la base de coûts de la société Metronews à la suite de la cessation de la parution de la version papier du journal et, d'autre part, à la déconsolidation de la société Eurosport France.

Résultat opérationnel courant

En 2016, le résultat opérationnel courant du groupe TF1 s'élève à 129,4 millions d'euros contre 158,0 millions d'euros un an plus tôt, incluant, en 2015, 33,7 millions d'euros de résultat de déconsolidation de la société Eurosport France.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit ainsi à 6,3% en recul de 1,6 point sur un an, lié notamment aux charges opérationnelles non courantes.

Au cours du quatrième trimestre, le Groupe a réalisé 6 millions d'euros d'économies sur ses coûts hors programmes.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel du groupe s'établit à 45,7 millions d'euros. Il intègre 83,7 millions d'euros de charges non courantes incluant les éléments suivants :

- l'impact du décret du 27 avril 2015 sur les parts de coproduction dans les programmes de fictions françaises (25,4 millions d'euros),
- les charges non courantes liées au plan de transformation du groupe TF1 (25,3 millions d'euros),
- l'amortissement du *goodwill* affecté, dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios (24,8 millions d'euros),
- la perte opérationnelle de la chaîne LCI, dont le passage en clair est intervenu le 5 avril 2016 (8,2 millions d'euros).

Résultat net

Le coût de l'endettement financier net du Groupe s'établit à 1,2 million d'euros en 2016, à la suite de l'intégration de la société Newen Studios.

La charge d'impôt s'élève à 5,9 millions d'euros, contre une charge d'impôt de 42,3 millions en

2015, du fait d'une perte fiscale plus importante sur un an.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'élève à 9,9 millions d'euros en 2016, en hausse de 3,4 millions d'euros résultant principalement de la hausse du résultat du Groupe AB.

Le résultat net des activités poursuivies attribuable au Groupe s'établit ainsi à 41,7 millions d'euros, en baisse de 58,2 millions d'euros.

La part du résultat net attribuable aux minoritaires s'élève à 2,3 millions d'euros en 2016. Elle comprend notamment le résultat des minoritaires de TMC avant l'acquisition des 20% complémentaires en juin 2016 et la quote-part du résultat revenant aux autres actionnaires de Newen Studios et de ses filiales.

Structure financière

Au 31 décembre 2016, le total des capitaux propres part du Groupe atteint 1 493,4 millions d'euros pour un total de bilan de 3 215,7 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin décembre 2016 à 419,3 millions d'euros, contre 700,8 millions d'euros au 31 décembre 2015, en baisse de 281,5 millions d'euros, après versement d'un dividende de 167,3 millions d'euros, l'acquisition de 70% de la société Newen Studios et les rachats d'actions pour un montant de 21,4 millions d'euros.

La trésorerie nette atteint 186,7 millions d'euros au 31 décembre 2016, après prise en compte de la dette nette du groupe Newen Studios et des engagements de rachat des parts des minoritaires.

Au 31 décembre 2016, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 985 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires.

Au 31 décembre 2016, des tirages ont été réalisés à hauteur de 90,7 millions d'euros pour Newen. Ce portefeuille de lignes de crédit est renouvelé régulièrement en fonction des échéances contractuelles des lignes afin de toujours maintenir un niveau de liquidité suffisant pour le Groupe.

Retour aux actionnaires

Afin de rémunérer les capitaux investis, le Conseil d'Administration propose à l'Assemblée Générale Mixte du 13 avril 2017 de verser un **dividende de 0,28 euro par action**.

Les dates de détachement, d'arrêt des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 28 avril, 2 mai et 3 mai 2017.

Actionnariat

	Situation au 31 décembre 2016		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,9%	43,9%
Salariés TF1	15 202 469	7,3%	7,3%
dont FCPE TF1 (3)	15 043 947	7,2%	7,2%
dont salariés au nominatif	158 522	0,1%	0,1%
Flottant	102 268 776	48,8%	48,8%
dont flottant étranger (2)	60 290 960	28,8%	28,8%
dont flottant France (1) (2)	41 977 816	20,0%	20,0%
Autodétention	0	0,0%	0,0%
Total	209 417 542	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2015		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,7%	44,0%
Salariés TF1	13 664 440	6,5%	6,5%
dont FCPE TF1 (3)	13 490 890	6,4%	6,5%
dont salariés au nominatif	173 550	0,1%	0,1%
Flottant	103 423 248	49,1%	49,5%
dont flottant étranger (2)	61 922 457	29,4%	29,6%
dont flottant France (1) (2)	41 500 791	19,7%	19,9%
Autodétention	1 487 582	0,7%	0,0%
Total	210 521 567	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2014		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,5%	43,5%
Salariés TF1	14 559 298	6,9%	6,9%
dont FCPE TF1 (3)	14 386 411	6,8%	6,8%
dont salariés au nominatif	172 887	0,1%	0,1%
Flottant	105 023 169	49,6%	49,6%
dont flottant étranger (2)	73 704 536	34,8%	34,8%
dont flottant France (1) (2)	31 318 633	14,8%	14,8%
Autodétention	0	0,0%	0,0%
Total	211 528 764	100,0%	100,0%

(1) Incluant les porteurs non-identifiés.

(2) Estimations relevé Euroclear.

(3) Actionnariat salarié au sein du plan d'épargne d'entreprise.

Événements majeurs survenus depuis la clôture

Partenariat Européen Digital entre le groupe TF1, Prosiebensat.1 et Mediaset

Le 12 janvier 2017, le groupe TF1 annonce être entré au capital de Studio71 (6,1%), 4^{ème} MCN*

mondial avec plus de 6 milliards de vidéos vues par mois et 1 100 chaînes. Studio71, dont le déploiement est international (Allemagne, Etats-Unis, Grande-Bretagne), est une filiale de ProsiebenSat.1, groupe média majeur en Allemagne.

Ce partenariat s'inscrit dans une alliance paneuropéenne, ProsiebenSat.1 réalisant simultanément un accord de même nature avec Mediaset, 1^{er} groupe média privé en Italie.

Pour lancer Studio71 en France, le groupe TF1 s'appuiera sur Finder Studios, dont il est actionnaire avec la société MAKEVER. Studio71 deviendra un actionnaire stratégique de Studio 71 France pour en accélérer le développement.

L'inventaire vidéo digital issu de ce partenariat sera commercialisé par TF1 Publicité, régie du groupe TF1, sur les territoires francophones.

Cette opération est soumise au contrôle des concentrations en Allemagne et en Autriche.

Le groupe TF1 prend une participation majoritaire au capital de MinuteBuzz

Le 23 janvier 2017, le groupe TF1 et les actionnaires de MinuteBuzz ont finalisé l'opération visant à l'acquisition par TF1 d'une participation majoritaire au capital de MinuteBuzz.

Cession de la participation de TF1 dans Groupe AB

Le 30 janvier 2017, TF1 confirme avoir accepté l'offre sous conditions, faite par Mediawan SA, relative à l'acquisition de sa participation de 33,5%** qu'elle détient dans Groupe AB.

* Un MCN (Multi Channel Network) est un agrégateur de contenus et d'influenceurs spécialisé dans la gestion, la promotion et la monétisation de contenus vidéo et de talents du digital sur les grandes plateformes comme YouTube

** Pour rappel, la participation de TF1 dans Groupe AB (33,5%) est mise en équivalence dans les états financiers du Groupe TF1.

1.4. Information sectorielle

Antennes

Chiffre d'affaires (M€)	2016	2015	Var. %
Antennes gratuites	1 517,1	1 569,0	-3,3%
dont publicité TV des chaînes gratuites	1 455,3	1 469,9	-1,0%
dont Autre CA	61,8	99,1	-37,6%
Autres antennes et activités associées	152,8	167,1	-8,6%
Antennes	1 669,9	1 736,1	-3,8%

Le chiffre d'affaires du secteur Antennes s'établit en 2016 à 1 669,9 millions d'euros, en retrait de 3,8 %, soit -66,2 millions d'euros. En 2015, il intégrait 17,8 millions d'euros de chiffre d'affaires de la société Eurosport France, société cédée à 100% le 31 mars 2015 à Eurosport SAS.

Le secteur affiche un résultat opérationnel courant de 87,5 millions d'euros, en recul de 47,1 millions d'euros sur un an. Retraité de l'effet périmètre et de la déconsolidation de la société Eurosport France, le résultat opérationnel courant est en baisse de 13,4 millions d'euros qui résulte principalement de l'évolution du coût des programmes des chaînes en clair en 2016.

Antennes gratuites

En 2016, les Antennes gratuites ont généré un chiffre d'affaires de 1 517,1 millions d'euros, en recul de 3,3 % sur un an, dont :

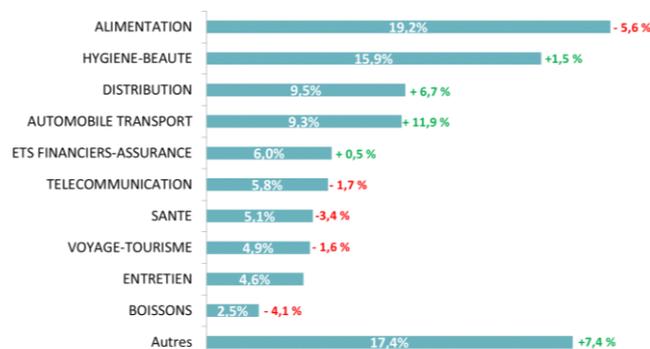
- 1 455,3 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites, soit une baisse de 1,0 %. Il intègre en 2016 le chiffre d'affaires publicitaire de LCI ;
- 61,8 millions d'euros de chiffre d'affaires des autres activités, en baisse de 37,3 millions d'euros.

Chiffre d'affaires publicitaire¹

¹ Investissements plurimédia hors sponsoring et hors Internet 2016 (5 médias)

Sur 2016, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 1,9% par rapport à 2015.

L'évolution des investissements publicitaires bruts par secteur en 2016, pour les quatre chaînes (hors LCI), est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, 2016 vs. 2015.

Le chiffre d'affaires publicitaire net 2016 des chaînes en clair du Groupe est en baisse de 1,0% à 1 455,3 millions d'euros en l'absence de reprise marquée du marché publicitaire en télévision. Il intègre les revenus publicitaires de la chaîne LCI à partir de 2016, revenus très limités au 1^{er} trimestre, puisque la chaîne n'a été accessible en clair qu'à partir du 5 avril 2016. Le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites a diminué de 1,1% sur le quatrième trimestre 2016 par rapport à la même période en 2015.

Les chaînes TNT du Groupe ont poursuivi leur progression grâce à leurs performances d'audience sur les cibles, ne compensant que partiellement le recul du chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1.

Autre chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires des autres supports des Antennes gratuites est en retrait de 37,3 millions d'euros sur un an. Cette baisse résulte :

- de l'arrêt de la version papier du journal *Metronews* entre les deux périodes ;
- de l'absence de revenus câblo-opérateurs pour LCI à partir du 1^{er} janvier 2016 ;
- de la fin de la commercialisation des espaces publicitaires des chaînes beIN SPORTS et Discovery ;
- Pour rappel, le chiffre d'affaires 2015 était impacté positivement par l'intégration d'Eurosport France au premier trimestre, ainsi que par la revente de droits sportifs au troisième trimestre.

Résultat opérationnel courant

Sur l'année, le résultat opérationnel courant des Antennes gratuites s'établit à 45,2 millions d'euros, en recul de 25,9 millions d'euros en raison principalement de l'évolution du chiffre d'affaires des Antennes gratuites, de l'impact des coûts de diffusion de l'Euro, et de la perte enregistrée par LCI dont les revenus publicitaires ne compensent pas la perte des revenus de distribution, et malgré l'amélioration de la base de coûts de *Metronews* à la suite de l'arrêt de la version papier.

- **Chaînes en clair¹**

Marché

La consommation de la télévision s'est globalement stabilisée depuis 2 ans sur les Individus âgés de 4 ans et plus, à 3 heures 43 minutes (-1 minute sur 1 an mais +2 minutes sur 2 ans).

Le différé (télévision de rattrapage et enregistrements) s'élève à 10 minutes en 2016, en hausse de 4 minutes sur un an. Cette hausse compense quasi intégralement la baisse du *live* de 5 minutes sur un an.

La durée d'écoute pour les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (FRDA<50) s'élève à 3 heures et 39 minutes, sur une légère tendance haussière depuis 2 ans (+1 minute sur 1 an, +2 minutes sur 2 ans).

Ces données n'incluent pas la consommation délinéarisée sur les autres supports (ordinateurs, tablettes, smartphones) en *live* et en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile, tous supports confondus.

En 2016, les 6 chaînes TNT HD, lancées en décembre 2012, ont parachevé leur initialisation pour atteindre 7,8% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus depuis le *switch-off* du 5 avril 2016, permettant ainsi une progression de 2,3 points sur cette cible.

Audiences de l'année

Dans ce contexte concurrentiel très fort, le groupe TF1 poursuit sa stratégie éditoriale multichaînes, axée sur les cibles publicitaires et la puissance dans les cases stratégiques et rassemble en moyenne, sur 2016, 7,1 millions de

télespectateurs en *prime-time*², tout en maîtrisant le coût de ses programmes.

Sur l'année 2016, le groupe TF1, premier groupe privé de télévision en France en 2016, a atteint une part d'audience sur la cible des FRDA<50 en légère croissance sur l'année à 32,1 % (+0,1 point) et maintient sa part d'audience stable sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans à 28,9 %. La part d'audience cumulée des cinq chaînes en clair du groupe TF1 en 2016 atteint 27,4 % auprès des Individus âgés de 4 ans et plus, en léger retrait sur un an (-0,3 point par rapport à 2015).

Audiences du quatrième trimestre 2016

Au quatrième trimestre 2016, l'audience des cinq chaînes a représenté 33,7% sur la cible des FRDA<50, en hausse de 1,8 point par rapport au T4 2015, portée par la hausse de 2,5 points des chaînes TNT du Groupe, dont TMC repositionnée avec l'émission *Quotidien* qui contribue à porter l'audience de cette chaîne à 4,9% (+1,2 point). NT1 comme HD1 ont vu leurs audiences progresser respectivement de 0,5 point et 0,6 point pour atteindre 3,8% et 2,4%. LCI affiche une part d'audience de 0,2%.

TF1

Avec 22,4% de part d'audiences sur la cible des FRDA<50 et 20,4 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, la chaîne TF1 confirme son leadership en 2016 grâce à une programmation toujours généraliste et événementielle.

Sur l'année, en *prime-time*, la chaîne TF1 rassemble en moyenne 5,3 millions de télespectateurs.

La chaîne TF1 performe dans tous les genres de programmes

La chaîne réalise 90 des 100 meilleures audiences de l'année et compte de nombreux succès dans tous les genres de programmes.

La fiction française a particulièrement séduit, atteignant ses meilleurs scores depuis 2006. Trente-six places sont occupées par des programmes de fiction française (+4 places par rapport à 2015), genre que TF1 a su renouveler à travers à la fois des nouveautés (*Sam*, *Le secret d'Elise*, *La vengeance aux yeux clairs*) et des marques phares (*Sections de recherches*, *Profilage*) qui ont chacune rassemblé plus de 7 millions de télespectateurs.

L'information : les journaux télévisés et magazines confirment leur succès avec jusqu'à

¹ Source : Médiamétrie – Médiamat. LCI : performances en payant non prises en compte

² Source : Médiamétrie-Médiamat / Tranche Horaire prime time 21h00-22h45

TF1 - Information financière 2016

7,4 millions de téléspectateurs pour le 13H, jusqu'à 8 millions pour le 20H, jusqu'à 5,1 millions de téléspectateurs pour *Reportages* et 5,2 millions pour *Sept à Huit*.

L'information de TF1 s'est fortement inscrite dans le débat citoyen : 35 personnalités politiques ont été invitées sur l'année 2016 dans le cadre des journaux télévisés. Signe encourageant pour le lancement de la campagne de la Présidentielle 2017, TF1 a enregistré la meilleure audience pour une émission politique en 2016 avec le premier débat des primaires (5,7 millions de téléspectateurs et 26 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus).

Le sport : TF1 a été le principal diffuseur en clair de l'Euro 2016 avec 21 matchs. L'Euro 2016 a permis à TF1 de classer 9 matchs dans le top 100 dont 4 avec l'Equipe de France et de toucher jusqu'à 19,3 millions de téléspectateurs lors de la demi-finale. Sur l'année, TF1 réalise des performances exceptionnelles grâce au football, avec la diffusion de 14 matchs de football de l'Equipe de France devant en moyenne 8,6 millions de téléspectateurs.

Les programmes de **divertissement** (flux) représentent 29 des 100 meilleures audiences de l'année. *Les Enfoirés* avec 11,6 millions de téléspectateurs réalisent la meilleure audience de l'année hors Euro. *C'est Canteloup* (jusqu'à 8,5 millions de téléspectateurs), *The Voice* (8,1 millions de téléspectateurs), *Miss France* (7,6 millions de téléspectateurs) et *Koh Lanta* (7,4 millions de téléspectateurs) complètent le classement.

A la mi-journée, *Les 12 coups de midi* réalise une année record historique avec jusqu'à 4,7 millions de téléspectateurs et jusqu'à 40% de part d'audience.

Entre 18 et 21h, TF1 est leader en *access* tant sur l'ensemble du public avec 20,6% de part d'audience que sur la cible des FRDA<50 avec 19,6% de part d'audience. A 19h, *Money Drop* rassemble jusqu'à 4,3 millions de téléspectateurs.

Le **cinéma français** a réalisé d'excellentes performances. Ciné Dimanche confirme son succès avec notamment la diffusion des films coproduits par TF1 : *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*, meilleure audience cinéma de l'année avec 10,8 millions de téléspectateurs, *Les Tuche* avec 8,8 millions de téléspectateurs et *Eyjafjallajökull* avec 7,6 millions de téléspectateurs. Sur l'année, la case cinéma de TF1 place 6 films dans le Top 100.

Chaînes TNT

Sur l'année 2016, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, NT1 et HD1 et LCI, maintient son leadership et affiche la plus forte hausse d'audience sur cibles. Il rassemble 9,7%

de part d'audience sur les FRDA<50 (+1,1 point versus 2015) et 8,4 % de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+1,0 point versus 2015).

Au quatrième trimestre 2016, le pôle TNT du groupe TF1 est largement *leader* et affiche la plus forte hausse sur les FRDA<50 avec une part d'audience de 11,3% (+2,5 points versus T4 2015).

TMC

Sur 2016, TMC réalise de bonnes performances sur cibles avec une part d'audience de 3,8 % (+0,2 point en un an) sur les FRDA<50 et de 3,6% (+0,2 point en un an) sur les Individus âgés de 25 à 49 ans.

Avec une nouvelle identité visuelle, une nouvelle ligne éditoriale et de nouveaux programmes, TMC a réussi sa transformation en prenant la première position sur la TNT gratuite. Avec l'émission *Quotidien*, Yann Barthès attire jusqu'à 1,5 million de téléspectateurs. Leader de la TNT en *access* auprès des Individus CSP+, le programme enregistre jusqu'à 15 % de part d'audience.

L'Euro a offert un record historique à TMC : 3,5 millions de téléspectateurs pour le match Slovaquie/Angleterre, ce qui a permis à TMC d'être la seconde chaîne nationale le 20 juin en soirée et d'afficher un record également en journée avec une part d'audience de 5,8% sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Le cinéma a offert à la chaîne parmi ses meilleures audiences : 2,3 millions de téléspectateurs pour *Les Visiteurs 2*, 1,9 million de téléspectateurs pour *Expendables 2* et 1,7 million de téléspectateurs pour *Les Profs*.

Les séries ont affiché jusqu'à 1,4 million de téléspectateurs pour *Gotham* et les franchises TF1 exposées pour la 1^{ère} fois sur la TNT ont rassemblé jusqu'à 1,3 million de téléspectateurs pour *Profilage* et 1,2 million de téléspectateurs pour *Les Experts Miami*.

Enfin, le feuilleton *Les Mystères de l'amour* a réalisé son record d'audience avec 1,2 million de téléspectateurs.

NT1

NT1 réalise également une année en progression sur ses cibles clés : +0,3 point sur les FRDA<50 pour atteindre 3,5% de part d'audience et +0,6 point sur les Individus âgés de 15 à 24 ans pour atteindre 4,2% de part d'audience.

A la rentrée, *Secret Story 10* a permis à NT1 de s'imposer comme la 1^{ère} chaîne de la TNT sur les

Individus âgés de 15 à 24 ans et de progresser très fortement sur le public féminin. L'émission a fédéré jusqu'à 1 million de téléspectateurs et réalisé jusqu'à 29% de part d'audience sur les Individus âgés de 15 à 24 ans et 13% sur les FRDA<50. Pendant toute sa diffusion, NT1 est devenue la 1^{ère} chaîne de la TNT sur les Individus âgés de 15 à 24 ans.

Dans la continuité, *La villa des cœurs brisés* s'est imposée en access en réunissant jusqu'à 0,7 million de téléspectateurs, 10% de part d'audience sur les FRDA<50 et 21% sur les Individus âgés de 15 à 24 ans.

NT1 bénéficie également d'une offre cinéma performante sur un public féminin et jeune : *Men In Black 3* (1,7 million de téléspectateurs) et *La proposition* (1,2 million de téléspectateurs).

HD1

Lancée en décembre 2012, la chaîne cinéma/fiction du groupe réalise une année record avec la plus forte progression des chaînes de télévision en 2016 (+0,6 point de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus) et prend le leadership de la TNT 2^{ème} génération avec 1,8% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

La stratégie mise en œuvre autour de l'exposition des programmes phares de TF1 sur HD1 lui confère un caractère événementiel et permet aux œuvres diffusées de trouver un nouveau public. HD1 détient ainsi le record d'audience de la TNT HD avec *Section de recherches* (1,2 million de téléspectateurs) ou *Alice Nevers* (0,9 million de téléspectateurs).

L'offre cinéma de la chaîne lui permet de réaliser également parmi ses meilleures audiences : 1 million de téléspectateurs avec *Jurassic Park III* et 0,9 million de téléspectateurs avec *La Vengeance dans la peau*.

LCI

Le 17 décembre 2015, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel a autorisé le passage en TNT gratuite de LCI le 5 avril 2016.

La relance de LCI le 29 août (nouvelle grille, nouveaux rendez-vous, nouveaux visages, nouveaux studios) permet à la chaîne de réaliser une forte progression et d'atteindre 0,5% de part d'audience au quatrième trimestre sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

24 heures en questions contribue fortement à cette performance, avec jusqu'à 320 000 téléspectateurs (1,8% de part d'audience), tout

comme *LCI Matin* (jusqu'à 138 000 téléspectateurs et 3,6% de part d'audience).

Le record historique de la chaîne est atteint lors des élections présidentielles des Etats-Unis avec 1,2% de part d'audience sur la journée.

Le 1^{er} débat des Primaires a permis à LCI de réaliser parmi ses meilleures performances avec l'*after* (275 000 téléspectateurs soit 3,1% de part d'audience) et l'intervention parodique de Nicolas Canteloup (jusqu'à 406 000 téléspectateurs).

La Médiasphère (jusqu'à 101 000 téléspectateurs soit 2,7% de part d'audience) et *LCI&Vous* (jusqu'à 147 000 téléspectateurs soit 3,1% de part d'audience) contribuent également à la forte dynamique de LCI.

- **Autres activités**

Publications Metro France

Depuis juillet 2015, *Metronews* est une plateforme d'information 100 % digitale, la version papier du journal ayant cessé d'être diffusée afin de faire face à la crise du marché publicitaire sur ces supports.

Sur l'année, le chiffre d'affaires de la société est en retrait marqué, mais sa base de coût s'est largement améliorée, ce qui contribue à la progression de son résultat opérationnel.

Au cours du troisième trimestre a eu lieu le regroupement de l'information digitale du Groupe avec le rapprochement de LCI, Metronews et MyTF1news au sein de LCI.fr. Ce projet d'information vient compléter l'offre existante d'information du Groupe et s'inscrit dans la transformation digitale initiée par le Groupe.

La dissolution sans liquidation et la transmission du patrimoine de la société PUBLICATIONS METRO FRANCE au profit de la société LCI ont pris effet le 1^{er} juillet 2016.

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de Publications Metro France sont donc nuls aux troisième et quatrième trimestres 2016.

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

Le chiffre d'affaires comme le résultat opérationnel de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe) sont en retrait sur 2016 en raison de la fin de la prise en régie des chaînes payantes de beIN SPORTS et de Discovery en France.

TF1 - Information financière 2016

TF1 Films Production

Au cours de 2016, la fréquentation cinématographique a atteint 212,7 millions d'entrées, soit 3,6 % de plus que sur 2015. L'année a été marquée par trois niveaux historiquement élevés de fréquentation au cours des mois de février avec 26 millions d'entrées, du mois d'octobre avec 21 millions et de décembre. Pour la troisième année consécutive, la fréquentation des salles de cinéma franchit la barre des 200 millions d'entrées.

Sur l'année 2016, 20 films coproduits par TF1 Films Production sont sortis en salles, réalisant un total de 24,2 millions d'entrées en France, qui sont à comparer à 14 films sur 2015 (10,7 millions d'entrées). TF1 Films Productions place 9 de ses films réalisés en 2016 au-dessus du million d'entrées dont *Les Tuche 2 Le Rêve américain*, (4,6 millions d'entrées), *Camping 3* (3,2 millions d'entrées), *Radin !* (2,9 millions d'entrées) et *Les Visiteurs 3* (2,2 millions d'entrées).

Sur 2016, la contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires est en progression, tandis que le résultat opérationnel courant est en recul versus 2015.

TF1 Production

La contribution de TF1 Production au chiffre d'affaires du Groupe enregistre une baisse à fin décembre 2016, notamment du fait de l'activité Spectacles en 2015.

En 2016, 450 heures de programmes ont été livrées, à comparer à 500 heures sur 2015 (absence du programme *Meilleur Menu*, baisse du volume notamment sur la case fiction du matin et TV Réalité). En 2016, TF1 Production a notamment livré à TF1 cinq épisodes de *Ninja Warrior*, 4 émissions *Vie Politique* ainsi que les Débats de la Primaire, des épisodes de la saison 3 de *Bachelor* pour NT1, et contribué à la diffusion des matchs de l'Euro et la production de magazines sportifs supplémentaires.

Le résultat opérationnel courant est en progression par rapport à 2015.

Autres antennes et activités associées

Le chiffre d'affaires des Autres antennes et activités associées aux Antennes gratuites est en retrait de 8,6 % à 152,8 millions d'euros. En 2015, il intégrait 17,8 millions d'euros de chiffre d'affaires de la société Eurosport France, société cédée à 100 % le 31 mars 2015 à Eurosport SAS.

Sans la contribution de cette société, le chiffre d'affaires est en légère hausse de 3,5 millions d'euros.

• e-TF1

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie digitale en lien avec les Antennes du Groupe.

L'activité digitale connaît une forte croissance sur 2016 liée à la fois à une croissance de l'interactivité et des revenus publicitaires sur MYTF1. Les audiences complémentaires générées par les plateformes digitales continuent à croître de manière significative.

L'activité interactivité réalise un très bon quatrième trimestre grâce à un mois de décembre exceptionnel lié à une programmation favorable : 1/2 finale et finale de *Koh Lanta*, finale de *Danse avec les stars*, élection de *Miss France*, *Les 12 Coups de midi* (avec le même participant durant tout le mois), *Vendredi tout est permis* avec Arthur, *Les 12 Coups de Noël* (24 décembre).

De plus, les succès des programmes diffusés sur les antennes du Groupe sont accompagnés de dispositifs innovants pour faire rayonner les contenus, à l'image de *La vengeance aux yeux clairs* avec une avant-première gratuite sur MYTF1, une double-exposition sur TF1 et HD1 et le *binge watching*¹ de la saga en VOD. Grâce à leur exposition multi-écrans, des contenus tels *Le secret d'Elise* ont attiré 1,7 million de téléspectateurs supplémentaires par rapport à leur diffusion sur la télévision.

Ainsi, en 2016, la plateforme MYTF1 sur les box ADSL a rassemblé jusqu'à 10,7 millions² d'utilisateurs uniques de télévision de rattrapage. En 2016, 1,3 milliard de vidéos gratuites ont été visionnées sur MYTF1³, soit une croissance de 15 % sur un an.

Les programmes les plus consommés sur MYTF1 en 2016 sont *The Voice*, *Secret Story*, *Koh-Lanta* et *Grey's Anatomy*.

e-TF1 exploite l'offre de vidéo jeunesse par abonnement TFOU MAX, vendue dans des offres de télévision payante ou en commercialisation directe.

Enfin, e-TF1 développe une agence de conseil en marketing digital, qui a complété au cours du premier trimestre son offre *via* sa prise de participation dans la société *Bonzai digital*.

¹ Pratique qui consiste à visionner plusieurs épisodes d'une même série à la suite

² Médiamétrie-Mediamat / Replay sur le téléviseur via les box des fournisseurs d'accès Internet

³ Hors contenus infos, hors contenus XTRA et hors sessions live

Sur 2016, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de e-TF1 sont en forte progression.

- **Chaînes Thématiques**

L'ensemble des chaînes payantes réalise en France une part d'audience de 10,0% en 2016 versus 9,9% en 2015.

L'offre payante fait face à la poursuite de la croissance des nouvelles chaînes de la TNT gratuite.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques (TV Breizh, Ushuaïa, Histoire) est en retrait sur l'année versus 2015 sous l'effet du recul de leur chiffre d'affaires publicitaire. En revanche, la maîtrise des charges permet à ces chaînes de maintenir leur rentabilité.

TV Breizh

La chaîne consolide une nouvelle fois sa position de chaîne référente parmi les chaînes payantes. Avec 0,6 % de part d'audience auprès des Individus âgés de 4 ans et plus¹ en 2016, elle se positionne comme *leader* de l'univers payant grâce à sa ligne éditoriale, autour de l'axe séries et fictions cultes : séries comme *Columbo*, *Hercule Poirot*, *Monk*, plus récemment *Walker Texas Rangers* mais aussi des fictions avec l'arrivée notamment de nouvelles fictions françaises comme *Section de recherches* et *Profilage*.

Histoire et Ushuaïa

Ushuaïa axe sa politique éditoriale autour de l'évasion et de la découverte. La chaîne met en valeur les sujets environnementaux tout au long de l'année.

La chaîne a lancé, au quatrième trimestre 2016, son programme science et a proposé un mois consacré aux océans incarné par Guillaume Nery en lien avec *L'odyssée*, biopic sur le commandant Cousteau, dont la chaîne est partenaire média.

Histoire poursuit sa politique éditoriale afin de renforcer le rayonnement de sa marque, qui fait d'elle la chaîne de référence sur l'histoire au sein des offres câble, satellite et ADSL.

Les deux chaînes voient leur chiffre d'affaires décroître mais leur rentabilité progresser sur 2016 par rapport à 2015.

Studios et Divertissements

Chiffre d'affaires (M€)	2016	2015	Var. %
Studios et Divertissements	392,8	268,2	46,5%

Résultat opérationnel courant (M€)	2016	2015	Var. %
Studios et Divertissements	41,9	23,4	79,1%

Sur 2016, le chiffre d'affaires du secteur Studios et Divertissements est en progression de 124,6 millions d'euros pour s'établir à 392,8 millions d'euros. Le résultat opérationnel courant s'élève à 41,9 millions d'euros, en hausse de 18,5 millions d'euros en un an.

A la suite de l'acquisition de la société le 26 janvier 2016, la contribution de Newen Studios a été intégrée rétrospectivement dans les comptes consolidés au 1^{er} janvier 2016.

- **Newen Studios**

Créé en 2008, Newen Studios est un acteur majeur de la production et de la distribution audiovisuelle en France.

Au cours du quatrième trimestre 2016, Newen Studios a tourné les épisodes suivants : *Candice Renoir* (saison 5), *Nina* (saison 3), *Plus Belle la Vie* (dont un *prime time*), *Les Origines du Mal*, *Hippocrate aux enfers* (documentaire adapté du livre de Michel Cymès).

Par ailleurs, la saison 4 de *Candice Renoir* a été en compétition au festival polar de Cognac (du 14 au 16 octobre 2016) dans la catégorie « meilleure série francophone ». La saison 2 de la série *Nina*, a enregistré de belles audiences avec en moyenne 3,6 millions de téléspectateurs.

Au cinéma, le film *Ma Vie de Courgette*, est en salle depuis le 19 octobre et a enregistré plus de 670 000 entrées en France. Le film a été vendu dans plus de 30 pays est nommé pour les Césars, les Oscars, les Annie Awards, les Golden Globes, le prix des lumières et les trophées du film français.

- **TF1 Droits Audiovisuels – TF1 International**

Au quatrième trimestre 2016, 6 films sont sortis en salles : *Tamara*, *Polina*, *Sing Street*, *Rupture pour tous*, *Père fils Thérapie*, *American Pastoral* contre

¹ Source Médiamétrie/Médiamat^{Thématique}

TF1 - Information financière 2016

3 sorties sur le quatrième trimestre 2015. A noter, la bonne performance de *Tamara* (785 000 entrées).

Sur 2016, la contribution de TF1 Droits Audiovisuels et TF1 International au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel est en hausse versus 2015.

- **TF1 Vidéo**

Le marché de la vidéo physique en valeur recule de 12% à fin novembre 2016 par rapport à la même période de 2015¹.

A fin novembre 2016, le marché du digital progresse de 12% en valeur, porté principalement par la S-VOD (+23%).

Sur un marché du physique difficile, et en raison de nouveautés moins performantes en 2016 versus les titres forts de 2015 (Foresti et Panacloc), TF1 Vidéo affiche, en 2016, une baisse de son chiffre d'affaires ainsi que de son résultat opérationnel courant.

- **Téléshopping**

Sur 2016, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant de Téléshopping sont en retrait. Cela s'explique notamment par une baisse significative du nombre de commandes sur cette période, l'activité ayant notamment pâti au premier semestre de difficultés logistiques.

- **TF1 Entertainment**

L'activité de jeux bénéficie des ventes à l'international de *Chrono Bomb* et *Trésor Detector*.

La fin d'année profite principalement des ventes de *Chrono Bomb*, *Trésor Detector*, *Power Quest*, la gamme *Mille Bornes*, *Money Drop* et *Le Cochon Qui Rit*.

Les collections de figurines de *Tintin* bénéficient également de ventes à l'international et la collection *Tour Eiffel* réalise de bonnes performances. 2016 est également marquée par le lancement de la collection *Toutankhamon*.

L'activité de licences affiche de bonnes performances en 2016, année portée par les licences promotionnelles dont Ticket Française des jeux *The Voice* et sur les licences produits par

les propriétés *Barbapapa*, *All Blacks*, *Nickelodeon* dans un contexte marché difficile.

TF1 Entertainment connaît sur 2016 une baisse de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel courant.

¹ Source GFK : fin novembre 2016 pour le physique et le digital

1.5. Responsabilité sociétale

Promotion de la diversité et de la solidarité

Lutte contre l'illettrisme : lancement de la quatrième promotion de B'A'ba Solidarité

Le groupe TF1 continue de se mobiliser contre l'illettrisme dans le monde professionnel, avec le coup d'envoi de la 4^{ème} promotion de B'A'ba Solidarité donné lundi 17 octobre.

TF1, membre fondateur de B'A'ba Solidarité avec L'Oréal, la SNCF, Orange Publicis, Manpower et La Poste, lance pour la 3^{ème} année consécutive ce dispositif de tutorat. 14 salariés de la société SAMSIC (prestataire de nettoyage de TF1) seront accompagnés par 41 collaborateurs du Groupe dans le cadre de leur formation, à raison d'1 heure par semaine jusqu'en mai 2017.

Noël solidaire à TF1

Cette année encore, l'opération "Noël Solidaire", organisée le 29 novembre à TF1, a connu un grand succès et de nombreux dons de qualité ont été récoltés. Au global 350 cartons triés par des collaborateurs volontaires, ont été remis à une quarantaine d'associations d'Île-de-France et de province.

Les biens offerts par les collaborateurs, essentiellement pour les enfants (vêtements, jouets, matériel de puériculture...), des jouets, livres, cd/dvd et également des biens neufs offerts par Téléshopping, TF1 Publicité, TF1 Entreprises et TF1 Vidéo ont été distribués aux associations bénéficiaires avec le soutien de la Direction des affaires générales.

Egalité Femmes-Hommes

Le groupe TF1, 1^{er} média pour la féminisation de la gouvernance

Le groupe TF1 se place à la 25^{ème} place de l'Observatoire International de la gouvernance des sociétés côtés Ethics & Board 2016 et gagne 35 places par rapport à 2015 devenant ainsi le 1^{er} groupe média parmi les sociétés cotées au SBF 120.

Le palmarès 2016, dévoilé en présence de Laurence Rossignol, Ministre des Familles, de l'Enfance et des Droits des Femmes, récompense la féminisation des instances dirigeantes (Conseil d'Administration, Comité Exécutif, etc.) ou encore la mise en place d'un réseau d'Entreprise.

Expertes à la Une : un évènement pour accélérer la représentativité des femmes expertes dans les journaux télévisés

Lundi 5 décembre à TF1, en présence de Laurence Rossignol, Ministre des Familles, de l'Enfance et des Droits des Femmes, plus de 180 expertes de domaines variés (économie, éducation, police, sciences, santé,...) ont participé à une journée visant à renforcer la représentativité des femmes expertes dans les journaux télévisés. Cette journée s'organisait en 3 temps forts :

- Une conférence sur le thème « Expertise dans les journaux télévisés : quelle place pour les femmes ? » au cours de laquelle des représentants du groupe TF1 et des experts des médias ont débattu de la représentativité des femmes expertes dans les journaux télévisés,
- Des ateliers de média training pour favoriser la prise de parole en public et devant une caméra.
- Des rencontres entre les expertes présentes et des journalistes des rédactions de TF1 et LCI pour partager des domaines d'expertise dans lesquels les femmes sont encore sous représentées en télévision.

Communication financière et extra-financière

TF1 entre dans le Sustainability Yearbook 2017 du Dow Jones Sustainability Index avec une classification "or"

L'agence de notation RobecoSam évalue chaque année la performance extra-financière des entreprises. 2 500 entreprises dans 42 pays et 60 secteurs d'activité sont appelées à participer à l'analyse :

<http://yearbook.robecosam.com/companies/>

Seules 10% d'entre elles entrent ensuite dans l'indice de développement durable du Dow Jones (DJSI). Celles dont la performance est particulièrement reconnue sont distinguées par une classification bronze, argent ou or.

Le groupe TF1, intégré depuis 2003 dans l'indice DJSI World et Europe, en progression constante, atteint, pour la campagne d'évaluation 2016, la classification "or" dans le secteur média.

Toujours plus exigeantes et rigoureuses, les analyses de RobecoSam alimentent les investisseurs qui ajoutent aux attentes financières envers l'entreprise une vision plus large et plus long terme incorporant la valeur créée pour les collaborateurs, les clients et fournisseurs, la société en général.

Les évaluations prennent en compte la capacité de l'entreprise à dialoguer avec ses parties prenantes, à mesurer l'impact de son activité et à

TF1 - Information financière 2016

innover. Elles alimentent la recherche pour mesurer l'effet des activités économiques sur la planète et la société et piloter un développement réellement durable.

Cette récompense pour TF1 vient confirmer les choix de l'entreprise quant à son engagement sociétal :

- Une démarche bâtie autour d'enjeux pertinents qui concernent à la fois les programmes diffusés et l'entreprise.
- Une organisation et des plans d'action dédiés à l'Éthique.
- Un focus sur l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes, y compris dans les instances de gouvernance de l'Entreprise.
- Des mesures d'impacts dont les études menées en 2016 (présence des femmes et présence des minorités visibles dans les programmes d'information, plan d'action associé).
- Une attention particulière portée au développement des compétences des collaborateurs avec un plan de formation sur 3 ans, très ambitieux et innovant.
- Elle confirme aussi l'approche "business" de la RSE à TF1, et son intégration très transversale dans l'entreprise pour en faire un moteur de changement qui allie performance économique et attentes sociétales.

Une conférence à TF1 pour rapprocher finance et développement durable

Le 12 décembre 2016, TF1 a accueilli la conférence « La finance investit le durable » en partenariat avec le C3D (Collège des Directeurs du Développement Durable) et Ernst and Young.

La conférence a réuni 150 professionnels de la RSE et de la finance pour évoquer l'importance des convergences entre les deux domaines.

Gérants de fonds d'investissements, directeurs financiers ou RSE de grands groupes, analystes, sont intervenus pour évoquer l'importance croissante de la prise en compte des enjeux de soutenabilité des écosystèmes dans la conduite des affaires.

1.6. Point social

Au 31 décembre 2016, le groupe TF1 compte 2 801⁹ collaborateurs en CDI.

1.7. Performances boursières

Au 31 décembre 2016, l'action TF1 clôture à 9,45 euros, soit une baisse de 7,8 % en un an.

Le CAC 40 est en hausse sur cette même période de 4,9 % et SBF 120 de 4,7 %.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2016, de 1,98 milliard d'euros, en baisse de 8,3 % par rapport à la capitalisation boursière du 31 décembre 2015.

1.8. Perspectives

Après une année 2016 de transformation au cours de laquelle le groupe TF1 a défini de nouvelles priorités opérationnelles et mis en place une nouvelle organisation, en 2017, le Groupe poursuivra la mise en œuvre d'une stratégie résolument multichaînes, multimédias et multimétiers, alliant puissance et ciblage sur ses antennes et développant des territoires de croissance sur la TNT, dans le digital et la production.

Pour relever ces enjeux, le Groupe s'attachera à :

- Développer une offre de contenus attractive et différenciante à des coûts compétitifs, au travers notamment d'une croissance de l'activité de production ;
- Etendre la distribution des contenus par la multiplication des canaux de distribution et le renforcement du lien direct avec le téléspectateur - consommateur ;
- Améliorer la monétisation des contenus linéaires et non linéaires.

Cette stratégie doit contribuer à améliorer la rentabilité du Groupe, avec un objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019, et une croissance des activités hors publicité des cinq chaînes gratuites qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé en 2019.

Dans le domaine de la production, la prise de participation dans Newen Studios ouvre de

⁹ Les collaborateurs en CDI de Newen sont consolidés dans les effectifs du groupe TF1 depuis le 3^{ème} trimestre 2016.

nombreuses perspectives dans la création et la distribution de contenus à l'international comme sur le territoire français. La poursuite du développement dans le domaine du numérique, sur tous les supports et sur tous les réseaux, a notamment pour objectif de conquérir de nouvelles cibles avec des formes de contenus renouvelées et d'accroître la monétisation des usages.

Dès 2017, la poursuite de la gestion rigoureuse permettra de :

- Maîtriser les coûts des programmes en optimisant les investissements dans les contenus grâce à une révision de la politique d'achats de droits, une internalisation de la production à destination des chaînes du Groupe et le développement des contenus sur les supports digitaux. Pour les trois ans à venir, cette politique doit permettre au Groupe de maintenir le coût annuel moyen des programmes (hors événements sportifs) à 980 millions d'euros pour les cinq chaînes gratuites ;
- Réaliser 25 à 30 millions d'euros d'économies récurrentes (hors coûts des programmes) dans le cadre du plan *Recover* ;
- Maintenir la part de marché publicitaire du Groupe, à travers la valorisation des inventaires *premium*, la croissance des chaînes de la TNT et les inventaires digitaux ;
- Prendre des initiatives en distribution pour valoriser nos services en France comme à l'international.

Le groupe TF1 a pour ambition de renforcer son *leadership* en télévision, d'innover dans les services proposés aux annonceurs, d'accélérer son développement dans la production et le digital, de faire rayonner ses marques sur tous les supports.

1.9. Evolution du capital

Depuis le début de l'année 2016, à la suite d'exercice de stock-options, 316 693 actions ont été créées. Au cours de cette même année, à la suite de l'acquisition sur le marché d'actions propres dans le cadre du programme de rachat d'actions de TF1, le Conseil d'Administration a décidé l'annulation de 1 420 718 actions.

Après prise en compte de ces éléments, le nombre d'actions et de droits de vote s'élève au 31 décembre 2016 à 209 417 542. Le montant du capital est de 41 883 508,40 euros.

1.10. Gouvernance

Renouvellement des mandats de deux administrateurs non-représentants du personnel

Le Conseil d'Administration, suivant les recommandations du Comité de Sélection, soumettra à l'Assemblée Générale du 13 avril 2017, le renouvellement des mandats d'administrateurs de Catherine Dussart et d'Olivier Bouygues pour une durée de trois ans.

Le vote de ces propositions maintiendrait le taux de 44 % d'administrateurs indépendants et le taux de 44 % de femmes au Conseil d'Administration (sans prendre en compte les deux administratrices représentantes du personnel).

1.11. Calendrier prévisionnel

- **13 avril 2017** : Assemblée Générale des actionnaires
- **28 avril 2017** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2017
- **28 avril 2017** : détachement du dividende 2016
- **2 mai 2017** : arrêté des positions pour la mise en paiement
- **3 mai 2017** : paiement du dividende
- **21 juillet 2017** : chiffre d'affaires et comptes semestriels 2017
- **30 octobre 2017** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2017

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

2. Comptes consolidés 2016

Les comptes ont été audités et les rapports de certification ont été émis sans réserve par les Commissaires aux comptes.

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Exercice	Exercice
	2016	2015
Recettes publicitaires	1 530,1	1 554,2
Autres revenus	532,6	450,1
Chiffre d'affaires	2 062,7	2 004,3
Autres produits de l'activité	14,1	-
Achats consommés et variation de stocks	(923,2)	(1 017,6)
Charges de personnel	(403,9)	(327,4)
Charges externes	(369,9)	(341,0)
Impôts et taxes	(127,2)	(124,0)
Dotations nettes aux amortissements	(177,6)	(56,5)
Dotations nettes aux provisions	(80,6)	11,7
Autres produits d'exploitation	242,6	106,3
Autres charges d'exploitation	(107,6)	(97,8)
Résultat opérationnel courant	129,4	158,0
Autres produits opérationnels	-	-
Autres charges opérationnelles	(83,7)	(16,8)
Résultat opérationnel	45,7	141,2
Produits sur endettement financier	0,6	1,2
Charges sur endettement financier	(1,8)	(0,1)
Coût de l'endettement financier net	(1,2)	1,1
Autres produits financiers	4,3	0,8
Autres charges financières	(8,8)	(4,0)
Impôt	(5,9)	(42,3)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	9,9	6,5
Résultat net des activités poursuivies	44,0	103,3
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-
Résultat net	44,0	103,3
attribuable au Groupe :	41,7	99,9
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>	<i>41,7</i>	<i>99,9</i>
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :	2,3	3,4
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>	<i>2,3</i>	<i>3,4</i>
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	209 444	
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	0,20	-
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	0,20	-
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)	-	-
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)	-	-

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice	Exercice
	2016	2015
Résultat net consolidé	44,0	103,3
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	(3,7)	(3,5)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	1,3	1,2
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres		-
Eléments recyclables en résultat net		
Réévaluation des instruments dérivés de couverture ⁽¹⁾	0,8	(2,2)
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente		-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées		-
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	(0,3)	0,8
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres		0,6
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(1,9)	(3,1)
Total des produits et charges comptabilisés	42,1	100,2
<i>attribuable au Groupe</i>	39,7	96,8
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	2,4	3,4

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Exercice 2016	Exercice 2015
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)	44,0	103,3
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)	242,9	54,1
Résultat de cessions d'actifs	0,5	(32,4)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes	(8,4)	7,9
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	(18,6)	(10,1)
Sous-total	260,4	122,8
Coût de l'endettement financier net	1,2	(1,1)
Charge d'impôt (y compris impôts différés)	5,9	42,3
Capacité d'autofinancement	267,5	164,0
Impôts versés (-) / remboursés (+)	(53,4)	(35,1)
Variation du BFR lié à l'activité	14,5	8,4
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	228,6	137,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(205,4)	(57,6)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	0,3	0,2
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières	(7,3)	(6,2)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières	2,5	-
Incidence des variations de périmètre	(104,9)	494,5
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>	<i>(186,5)</i>	<i>-</i>
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>	<i>9,5</i>	<i>526,9</i>
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>	<i>72,1</i>	<i>(32,4)</i>
Dividendes reçus	-	0,2
Autres flux liés aux opérations d'investissement	(0,8)	1,7
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(315,6)	432,8
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options	1,9	4,5
Rachats et reventes d'actions propres	(21,4)	(40,0)
Autres opérations entre actionnaires	(0,8)	(14,6)
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(167,3)	(317,3)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts	85,7	0,1
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)	(91,4)	(1,3)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)	(1,2)	1,1
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	(194,5)	(367,5)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES	(281,5)	202,6
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies	700,8	498,2
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies	(281,5)	202,6
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies	419,3	700,8

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2016.12	2015.12
Goodwill	7.3.1	560,9	431,6
Immobilisations incorporelles		237,2	125,2
Droits audiovisuels	7.1.1	174,4	65,0
Autres immobilisations incorporelles	7.3.2	62,8	60,2
Immobilisations corporelles	7.3.3	174,0	170,1
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	7.3.4	89,3	84,8
Actifs financiers non courants	7.3.5	31,7	30,1
Actifs d'impôt non courants		-	-
Total actifs non courants		1 093,1	841,8
Stocks et en-cours		677,5	726,9
Programmes et droits de diffusion	7.1.2	661,9	713,4
Autres stocks		15,6	13,5
Clients et autres débiteurs	7.2.1	979,8	937,4
Actifs d'impôt courants		40,2	-
Autres actifs financiers courants		4,9	4,5
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7.5.1	420,2	703,1
Total actifs courants		2 122,6	2 371,9
Actifs d'activités en cours de cession		-	-
TOTAL ACTIF		3 215,7	3 213,7
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	7.5.1	186,7	700,8
<i>Dont trésorerie nette sur activités poursuivies</i>		<i>186,7</i>	<i>700,8</i>
<i>Dont trésorerie nette sur activités en cours de cession</i>		<i>-</i>	<i>-</i>

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2016.12	2015.12
Capital	7.4.1	41,9	42,1
Primes et réserves		1 409,8	1 599,7
Résultat consolidé de l'exercice		41,7	99,9
Total capitaux propres part du groupe		1 493,4	1 741,7
Participations ne donnant pas le contrôle		(0,8)	20,1
Total capitaux propres		1 492,6	1 761,8
Dettes financières non courantes		224,9	-
Provisions non courantes	7.3.6	54,2	51,3
Passifs d'impôt non courants	5.9.2	42,9	11,8
Total passifs non courants		322,0	63,1
Dettes financières courantes	7.5.1	8,6	2,3
Fournisseurs et autres créditeurs	7.2.2	1 368,0	1 339,7
Provisions courantes	7.2.3	24,5	36,6
Passifs d'impôt courants		-	10,2
Autres passifs financiers courants		-	-
Total passifs courants		1 401,1	1 388,8
Passifs d'activités en cours de cession		-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 215,7	3 213,7

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto-contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2015	42,1	11,7	(20,0)	1 715,8	(7,9)	1 741,7	20,1	1 761,8
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	1,8	-	-	-	1,9	-	1,9
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	2,5	-	2,5	-	2,5
Rachat d'actions propres	-	-	(21,4)	-	-	(21,4)	-	(21,4)
Annulation d'actions propres	(0,3)	-	13,2	(12,9)	-	(0,0)	-	(0,0)
Dividendes versés	-	-	-	(167,2)	-	(167,2)	(0,1)	(167,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	28,2	(3,4)	-	24,8	(23,8)	1,0
Total opérations avec les actionnaires	(0,2)	1,8	20,0	(181,0)	-	(159,4)	(23,9)	(183,3)
Résultat net consolidé	-	-	-	41,7	-	41,7	2,3	44,0
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(2,0)	(2,0)	0,1	(1,9)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	(128,6)	-	(128,6)	0,6	(128,0)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2016	41,9	13,5	-	1 447,9	(9,9)	1 493,4	(0,8)	1 492,6

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto-contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Participations ne donnant pas le contrôle	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2014	42,3	7,3	-	1 958,6	(4,8)	2 003,4	36,5	2 039,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	4,4	-	-	-	4,5	-	4,5
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	1,3	-	1,3	-	1,3
Rachat d'actions propres	-	-	(40,0)	-	-	(40,0)	-	(40,0)
Annulation d'actions propres	(0,3)	-	20,0	(20,0)	-	(0,3)	-	(0,3)
Dividendes versés	-	-	-	(317,3)	-	(317,3)	-	(317,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	(9,6)	-	(9,6)	(5,0)	(14,6)
Total opérations avec les actionnaires	(0,2)	4,4	(20,0)	(345,6)	-	(361,4)	(5,0)	(366,4)
Résultat net consolidé	-	-	-	99,9	-	99,9	3,4	103,3
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(3,1)	(3,1)	-	(3,1)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	2,9	-	2,9	(14,8)	(11,9)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2015	42,1	11,7	(20,0)	1 715,8	(7,9)	1 741,7	20,1	1 761,8

Notes annexes aux états financiers consolidés condensés

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/fr/investisseurs/resultats-et-publications/rapports-annuels>

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 41 883 508,40 € – 326 300 159 R.C.S. Nanterre

Courrier à adresser à :

TF1 - 1 quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – France

Tél : (33) 1 41 41 12 34

Siège social : 1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – France

Contact

Département Relations Investisseurs

Tél : (33) 1 41 41 49 73 / E-mail: comfi@tf1.fr

Internet : <http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs>