



LE GROUPE

Rapport d'activité
2017

Rapport d'activité - 2017

1. Information financière 2017	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants de l'année 2017	6
1.3. Analyse des résultats consolidés	9
1.4. Information sectorielle	12
1.5. Responsabilité sociétale de l'entreprise	18
1.6. Point social	20
1.7. Performances boursières	20
1.8. Perspectives	20
1.9. Evolution du capital	20
1.10. Gouvernance	20
1.11. Calendrier prévisionnel	21
2. Comptes consolidés 2017	22
Compte de résultat consolidé	22
Etat des produits et charges comptabilisés	23
Tableau des flux de trésorerie consolidés	24
Bilan consolidé	25
Bilan consolidé (suite)	26
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	27
Notes annexes aux états financiers consolidés	28

1. Information financière 2017

1.1. Résultats consolidés

Indicateurs financiers

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

<i>En millions d'euros</i>	2017	2016
Chiffre d'affaires consolidé	2 124,9	2 062,7
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 561,7</i>	<i>1 530,1</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>563,2</i>	<i>532,6</i>
Résultat opérationnel courant	185,3	129,4
Résultat opérationnel	162,0	45,7
Résultat net part du Groupe des activités poursuivies	136,1	41,7
Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt	372,3	267,5
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,65	0,20
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,65	0,20
Total capitaux propres part du Groupe	1 581,9	1 493,4
Trésorerie nette des activités poursuivies	256,7	186,7

	2017	2016
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	209 664	209 444
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	12,29	9,45
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	2,58	1,98

Contribution des activités poursuivies au compte de résultat consolidé

Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 telle que présentée en note 4 des notes annexes aux états financiers consolidés.

M€	T1 2017	T1 2016	T2 2017	T2 2016	T3 2017	T3 2016	T4 2017	T4 2016	2017	2016	Var.	Var. %
Antennes	404,1	389,4	451,3	448,7	330,7	323,3	527,5	508,5	1 713,6	1 669,9	43,7	2,6%
<i>Publicité TV des chaînes en clair</i>	<i>348,0</i>	<i>341,3</i>	<i>397,2</i>	<i>394,9</i>	<i>284,4</i>	<i>279,7</i>	<i>450,9</i>	<i>439,4</i>	<i>1 480,5</i>	<i>1 455,3</i>	<i>25,2</i>	<i>1,7%</i>
<i>Autres revenus du secteur Antennes</i>	<i>56,1</i>	<i>48,1</i>	<i>54,1</i>	<i>53,8</i>	<i>46,3</i>	<i>43,6</i>	<i>76,6</i>	<i>69,1</i>	<i>233,1</i>	<i>214,6</i>	<i>18,5</i>	<i>8,6%</i>
Studios et divertissements	94,8	92,5	86,5	94,6	99,2	78,2	130,8	127,5	411,3	392,8	18,5	4,7%
Chiffre d'affaires consolidé	498,9	481,9	537,8	543,3	429,9	401,5	658,3	636,0	2 124,9	2 062,7	62,2	3,0%
Coûts des programmes	(233,5)	(232,4)	(248,7)	(265,4)	(211,7)	(218,7)	(290,0)	(290,1)	(983,9)	(1 006,6) *	22,7	-2,3%
Antennes	26,6	4,9	64,9	33,1	(8,0)	(16,5)	59,8	66,0	143,3	87,5	55,8	63,8%
<i>dont Antennes en clair</i>	<i>13,9</i>	<i>(3,5)</i>	<i>51,9</i>	<i>21,6</i>	<i>(17,7)</i>	<i>(25,6)</i>	<i>47,6</i>	<i>52,7</i>	<i>95,7</i>	<i>45,2</i>	<i>50,5</i>	<i>x2,1</i>
Studios et divertissements	9,7	9,9	6,4	9,6	15,9	5,6	10,0	16,8	42,0	41,9	0,1	0,2%
Résultat opérationnel courant	36,3	14,8	71,3	42,7	7,9	(10,9)	69,8	82,8	185,3	129,4	55,9	43,2%

* Le coût des programmes 2016 publié était de 1 032 millions d'euros dont 25,4 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établit à 1 006,6 millions d'euros.

Contribution au chiffre d'affaires publicitaire

En millions d'euros	2017	2016
Antennes	1 550,9	1 521,0
- Antennes en clair	1 500,3	1 477,8
Studios et Divertissements	10,8	9,1
CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE	1 561,7	1 530,1

Détail du coût des programmes

<i>En millions d'euros</i>	2017	2016*
Total coût des programmes	983,9	1 006,6
<i>Événements sportifs</i>	0,0	46,1
Total coûts des programmes hors événements sportifs	983,9	960,5
Variétés / Jeux / Magazines	273,9	269,5
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	325,2	312,1
Sports (hors événements sportifs)	59,2	49,0
Information	142,5	140,7
Films	169,0	174,1
Jeunesse	14,2	15,1

* Pour rappel, le coût des programmes 2016 publié était de 1 032 millions d'euros, dont 25,4 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établit à 1 006,6 millions d'euros.

Le coût des programmes des antennes en clair 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>	2017	2016
Achats consommés et variation de stocks	(787,8)	(819,9)
Charges de personnel	(81,1)	(78,3)
Charges externes	(23,2)	(21,7)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(89,6)	(90,0)
Autres lignes du compte de résultat IFRS	(2,2)	3,3
Résultat opérationnel courant	(983,9)	(1 006,6)

1.2. Faits marquants de l'année 2017

Janvier

12 Janvier 2017

Le groupe TF1 annonce être entré au capital de Studio71 (6,1%), filiale de ProSiebenSat.1 et 3^{ème} MCN mondial avec plus de 6 milliards de vidéos vues par mois. Ce partenariat s'inscrit dans une alliance paneuropéenne, ProSiebenSat.1, groupe média majeur en Allemagne, 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.

23 janvier 2017

Le groupe TF1 et les actionnaires de MinuteBuzz finalisent l'opération visant à l'acquisition par TF1 d'une participation majoritaire au capital de MinuteBuzz.

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.

Février

1 février 2017

Agnès Rosoor est nommée Directrice générale de Téléshopping et Présidente de Top Shopping.

6 février 2017

Le groupe Newen acquiert une participation majoritaire au sein du capital de Tuvalu Media Group, premier producteur indépendant aux Pays-Bas.

18 février 2017

Tatiana Silva présentera des bulletins météo de TF1 et de LCI à partir du mois de mars.

21 février 2017

Prise de participation minoritaire au capital de la société Play Two, nouvelle entité indépendante de production de musique, concerts, spectacles et d'édition phonographique, fondée en octobre 2016.

22 février 2017

Renouvellement du partenariat avec Viva Technology. TF1 représentera le secteur « Media » sur le salon. Avec plus de 45 000 visiteurs, 5 000 startups et 106 pays représentés, l'événement est devenu le rendez-vous mondial de l'innovation.

Mars

31 mars 2017

Réalisation de la cession, à Mediawan SA, de la participation de 33,5% que TF1 détenait dans Groupe AB.

Avril

10 avril 2017

Lancement d'une deuxième saison pour le programme d'incubation de startups du groupe TF1 en partenariat avec le Numa. Cette seconde promotion, sélectionnée pour les opportunités de synergie entre leurs produits et services avec les différents métiers du Groupe, pourra bénéficier, pendant plus d'une année, de l'accompagnement et du *mentoring* de l'incubateur Numa.

Mai

12 mai 2017

La chaîne TF1 a signé avec la régie publicitaire Transfer un accord de commercialisation de ses espaces publicitaires en Belgique qui débutera en septembre 2017.

Juin

9 juin 2017

Les groupes médias TF1, Mediaset (Espagne et Italie) et ProSiebenSat.1 annoncent la création à parts égales de la régie *European Broadcaster Exchange (EBX)* afin de proposer des campagnes vidéos pan-européennes dans un environnement 100% *brand safe* et *premium* sur le digital. Cet accord est soumis à l'approbation des autorités de concurrence européennes compétentes.

Avec *European Broadcaster Exchange*, les trois groupes médias créent une structure leur permettant de concurrencer plus efficacement les acteurs internationaux avec pour objectif de proposer aux annonceurs de nouveaux moyens

d'atteindre leurs clients en s'appuyant sur la technologie, l'innovation et le contenu premium.

Ils s'organisent dans un modèle ouvert de partenariat afin de fédérer progressivement d'autres groupes médias européens.

23 juin 2017

Studio71 France sera lancé en septembre prochain dans le cadre du partenariat digital paneuropéen du groupe TF1 avec le groupe ProSiebenSat.1 autour de Studio71, 3^{ème} MCN mondial.

Le lancement de Studio71 France, qui s'appuiera notamment sur l'inventaire de Finder Studios, marque une étape structurante dans le renforcement de l'offre de contenus digitaux premium du groupe TF1 sur les plateformes.

Par ailleurs, le collectif *Lolywood*, composé de talents à forte notoriété, vient enrichir l'offre de Studio71 dans le domaine de la comédie et de l'humour dès septembre.

Créé par Ugo Marchand, Manu et Choopa, le collectif *Lolywood* - 4^{ème} audience humour YouTube par mois avec 226 millions de vidéos vues et 1,6 millions d'abonnés, rejoint Studio71.

Juillet

29 juillet 2017

Il y a 16 mois, le groupe TF1 a entamé avec Numericable-SFR des discussions commerciales qui l'ont conduit, en juillet 2016, à proposer une nouvelle offre baptisée « TF1 Premium ». L'offre inclut la mise à disposition de ses chaînes en clair, du service replay MYTF1 et de nouveaux services associés.

Le groupe TF1 regrette que Numericable-SFR ait rompu ces discussions en avril 2017.

A compter du 29 juillet 2017, date d'échéance des contrats, et en l'absence de tout accord avec le groupe TF1, Numericable-SFR n'est plus autorisé à exploiter commercialement MYTF1 et les chaînes en clair du groupe TF1.

En conséquence, le groupe TF1 n'est plus en mesure de fournir à Numericable-SFR le service replay MYTF1 et a demandé à ce que le distributeur cesse l'exploitation commerciale des chaînes TF1, TMC, NT1, HD1, LCI.

Août

4 août 2017

TF1 annonce l'acquisition, pour sa case jeunesse TFOU, des saisons 1 et 2 ainsi que sa participation

au préfinancement de la saison 3 de *Molang* avec Canal+, série animée pour les enfants de 3 à 6 ans, produite par la société de production Millimages.

Septembre

13 septembre 2017

Formula 1[®] a conclu un accord pluriannuel avec TF1 concernant les droits de diffusion en exclusivité, en clair et en intégralité de quatre Grands Prix de Formule 1, dont le Grand Prix de France, le Grand Prix de Monaco et 2 autres courses qui restent aux choix.

L'accord prendra effet dès le début du championnat 2018.

14 septembre 2017

La direction de la Communication interne du groupe TF1 a remporté le prix Stratégies Bronze dans la catégorie « Communication d'entreprise/Communication interne » au Grand Prix Stratégie 2017.

25 septembre 2017

A l'occasion de la 8^{ème} édition des Grands Prix de la Transparence, le groupe TF1 s'est distingué en remportant pour la quatrième année consécutive le Grand Prix CAC MID 60*.

** le CAC MID 60 regroupe soixante entreprises d'importance nationale ou européenne. Il suit immédiatement le CAC 40 et le CAC Next 20 et forme avec eux le SBF 120.*

28 septembre 2017

A compter du 1^{er} octobre, Thierry THUILLIER est nommé Directeur Général Adjoint du Pôle Information du Groupe TF1 et succède à Catherine NAYL. Il intègre le comité exécutif du groupe TF1.

Octobre

12 Octobre 2017

Discovery Communications choisit TF1 Publicité pour commercialiser et valoriser les espaces publicitaires des chaînes thématiques (chaînes Eurosport et Discovery) et des plateformes numériques du Groupe en France. Cet accord est effectif dès le 1^{er} janvier 2018.

Novembre

6 Novembre 2017

Les groupes TF1 et Altice-SFR annoncent la signature du premier accord de distribution global

TF1 - Information financière 2017

intégrant l'offre *TF1 Premium* et des services complémentaires.

14 Novembre 2017

Le groupe TF1 annonce l'arrivée de Channel 4 en tant que 4^{ème} partenaire de la régie *European Broadcaster Exchange* (EBX) et la nomination de Chris Le May en qualité de CEO. La chaîne TV britannique rejoint ainsi l'alliance paneuropéenne lancée en juin dernier par le groupe TF1, ProSiebenSat.1 et Mediaset Espagne et Italie.

16 Novembre 2017

Le groupe Canal+ acquiert auprès du groupe TF1 les droits payants de l'intégralité de la Coupe du Monde féminine de la FIFA 2019. Le groupe TF1 diffusera, en exclusivité en clair, les 25 meilleures affiches de la compétition, dont tous les matchs de l'équipe de France.

17 Novembre 2017

Fruit de l'alliance opérée il y a moins d'un an entre le groupe TF1 et le groupe ProSiebenSat.1 autour de Studio71, 3^{ème} MCN mondial, l'entité française se structure et nomme Nicolas Capuron, Directeur Général de Studio71 France.

Décembre

05 décembre 2017

RAISE et le groupe TF1 annoncent aujourd'hui le lancement de RAISE M4E, une société d'investissement en *media for equity* dédiée aux startups. RAISE M4E aura pour objectif d'accélérer la croissance des startups sélectionnées et d'augmenter leur notoriété en mettant en place des campagnes publicitaires sur les différents supports media du groupe TF1, et en proposant, grâce à l'écosystème unique de RAISE, un accompagnement sur-mesure des entreprises.

12 décembre 2017

Annonce de la remise d'une offre ferme pour l'acquisition, par le groupe TF1, de la participation majoritaire du groupe Axel Springer (78,4 % du capital) dans le groupe aufeminin. La finalisation de la transaction pourrait intervenir dans le courant du 1^{er} semestre 2018.

1.3. Analyse des résultats consolidés

Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 telle que présentée en note 4 – secteurs opérationnels des notes annexes aux états financiers consolidés.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé 2017 du groupe TF1 s'élève à 2 124,9 millions d'euros, en hausse de 62,2 millions d'euros par rapport à 2016. Il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire qui s'établit à 1 561,7 millions d'euros, en hausse de 31,6 millions d'euros (+ 2,1%) par rapport à 2016,
- et d'un chiffre d'affaires des autres activités de 563,2 millions d'euros, en hausse de 30,6 millions d'euros (+5,7%) sur un an.

Coût des programmes et autres produits et charges d'exploitation

Coût des programmes

Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe, en l'absence d'événement sportif majeur, est en économie de 22,7 millions d'euros par rapport à 2016 et s'élève à 983,9 millions d'euros en 2017. Il prend en compte un réinvestissement maîtrisé dans les programmes des chaînes de la TNT pour accompagner la stratégie multichaines.

Autres produits et charges d'exploitation

En 2017, les autres charges, amortissements et provisions sont en hausse de 29 millions d'euros, incluant les économies de coûts réalisées dans le cadre du plan *Recover* à hauteur de 27 millions d'euros.

Résultat opérationnel courant

En 2017, le résultat opérationnel courant du groupe TF1 s'élève à 185,3 millions d'euros contre 129,4 millions d'euros un an plus tôt, en hausse de 55,9 millions d'euros, due principalement :

- aux effets de la stratégie multichaines et de la transformation du Groupe,
- à une économie sur le coût des programmes de 22,7 millions d'euros,

incluant l'absence de coût d'événements sportifs majeurs (36,9 millions d'euros d'économies nettes des programmes de remplacement),

- aux économies récurrentes du plan *Recover* pour 27 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle est en progression de 2,4 points pour s'établir à 8,7 % contre 6,3 % un an auparavant.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 162,0 millions d'euros après la prise en compte de 23,3 millions d'euros de charges non courantes, correspondant à l'amortissement des droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Résultat net

Le résultat net part du Groupe s'établit à 136,1 millions d'euros. Il inclut le résultat de l'activité, le résultat de la cession des participations dans Groupe AB et Teads, le produit d'impôt correspondant au remboursement de la taxe de 3% sur les dividendes et une contribution exceptionnelle à l'impôt sur les sociétés liée à l'évolution du taux d'imposition en fin d'année.

Structure financière

Au 31 décembre 2017, le total des capitaux propres part du Groupe atteint 1 581,9 millions d'euros pour un total de bilan de 3 390,3 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin décembre 2017 à 495,5 millions d'euros, en hausse de 76,2 millions d'euros sur un an, après versement d'un dividende de 58,6 millions d'euros, prises de participation dans Tuvalu et Studio71, et les produits de cession des participations dans AB et Teads.

La trésorerie nette atteint 256,7 millions d'euros au 31 décembre 2017, après prise en compte de la dette nette de Newen Studios et des options sur les parts des minoritaires.

Au 31 décembre 2017, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 015 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires. Au 31 décembre 2017, des tirages ont été réalisés à

TF1 - Information financière 2017

hauteur de 108 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 19 avril 2018 de verser un dividende de 0,35 euro par action.

Les dates de détachement, d'arrêtés des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 30 avril, 2 mai et 3 mai 2018.

Actionnariat

	Situation au 31 décembre 2017		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,8%	43,8%
Salariés TF1	14 284 038	6,8%	6,8%
<i>dont FCPE TF1 (3)</i>	14 080 439	6,7%	6,7%
<i>dont salariés au nominatif</i>	203 599	0,1%	0,1%
Flottant	103 635 407	49,4%	49,4%
<i>dont flottant étranger (2)</i>	69 575 270	33,2%	33,2%
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	34 060 137	16,2%	16,2%
Autodétention	0	0,0%	0,0%
Total	209 865 742	100,0%	100,0%

	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%
<i>dont FCPE TF1 (3)</i>	15 043 947	7,2%	7,2%
<i>dont salariés au nominatif</i>	158 522	0,1%	0,1%
Flottant	102 268 776	48,8%	48,8%
<i>dont flottant étranger (2)</i>	60 290 960	28,8%	28,8%
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	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%
<i>dont FCPE TF1 (3)</i>	13 490 890	6,4%	6,5%
<i>dont salariés au nominatif</i>	173 550	0,1%	0,1%
Flottant	103 423 248	49,1%	49,5%
<i>dont flottant étranger (2)</i>	61 922 457	29,4%	29,6%
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	41 500 791	19,7%	19,9%
Autodétention	1 487 582	0,7%	0,0%
Total	210 521 567	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.

Evénements majeurs survenus depuis la clôture

Accord entre le groupe TF1 et le groupe Axel Springer pour l'acquisition du groupe aufeminin

À la suite de la remise d'une offre ferme par le Groupe TF1 au Groupe Axel Springer le 12 décembre dernier, le Groupe TF1 et le Groupe Axel Springer ont signé le 17 janvier 2018 l'accord relatif à l'acquisition par TF1 de la participation majoritaire du Groupe Axel Springer (environ 78 % du capital) dans le Groupe aufeminin (au prix de 38,74 € par action, sous réserve d'ajustements usuels à la date de réalisation).

La réalisation de cette opération reste soumise à l'obtention d'autorisations réglementaires en France et en Autriche.

Le groupe TF1 renouvelle pour 4 ans son partenariat avec les bleus et élargit son offre football

Le 24 janvier, le groupe TF1 annonce avoir renouvelé son partenariat historique avec l'équipe de France pour 4 années supplémentaires et élargit son offre football avec la retransmission de la Ligue des Nations, des qualifications de l'Euro UEFA 2020 et de la Coupe du Monde 2022.

HD1 devient TF1 Séries Films, et NT1 devient TFX

Après la relance éditoriale à succès de TMC et LCI, le groupe TF1 finalise la refonte de son portefeuille de marques avec le *rebranding* de NT1 et HD1.

Signature d'un accord de distribution entre les groupes TF1 et Bouygues Telecom

Le groupe TF1 annonce la signature d'un accord de distribution global avec Bouygues Telecom intégrant l'offre TF1 Premium et des services complémentaires. En parallèle, les deux groupes ont renouvelé leurs accords de distribution concernant les chaînes thématiques du groupe TF1 : Histoire, TV Breizh et Ushuaïa TV.

Fin des accords de distribution du service MYTF1 et des chaînes en clair du groupe TF1 avec Orange

A compter du 31 janvier, date d'échéance des contrats et en l'absence de tout accord avec le groupe TF1, Orange n'est plus autorisé à vendre

MYTF1 et les chaînes en clair du groupe TF1 à ses abonnés.

En conséquence, le groupe TF1 a dû suspendre, la fourniture à Orange du service replay MYTF1.

Il a également demandé à ce que le distributeur cesse la vente des chaînes TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI, à ses abonnés.

1.4. Information sectorielle

Antennes

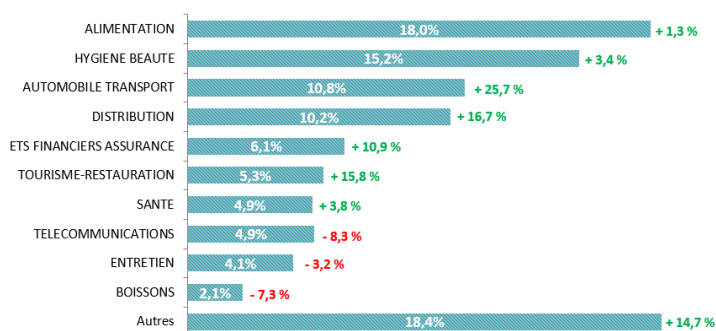
Chiffre d'affaires (M€)	2017	2016	Var. en M€
Antennes en clair	1 543,8	1 517,1	26,7
dont publicité TV des chaînes en clair	1 480,5	1 455,3	25,2
dont Autre CA	63,3	61,8	1,5
Autres antennes et activités associées	169,8	152,8	17
Antennes	1 713,6	1 669,9	43,7

Antennes en clair

Chiffre d'affaires publicitaire

Sur 2017, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 8,1% par rapport à 2016.

L'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) par secteur en 2017, pour les cinq chaînes en clair, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, 2017 vs. 2016.

Le chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes en clair du groupe TF1 s'élève à 1 480,5 millions d'euros (+1,7 % sur un an), soit 69,7% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

Les chaînes de la TNT du Groupe ont poursuivi leur progression grâce à leurs performances d'audiences, en particulier sur les cibles.

Le Groupe a également bénéficié d'une très bonne performance du parrainage à la suite du changement de réglementation en début d'année.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant des Antennes s'établit à 143,3 millions d'euros, en hausse de 55,8 millions d'euros sur un an. La contribution des Antennes en clair progresse de 50,5 millions d'euros principalement sous l'effet de l'accroissement du chiffre d'affaires publicitaire, des économies sur les coûts de programmes en l'absence d'événement sportif majeur et des économies de coûts réalisées dans le cadre du plan *Recover*.

Marché des chaînes en clair

En 2017, la durée d'écoute de la télévision reste à un haut niveau et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3 heures et 42 minutes, en retrait de 1 minute sur un an. La consommation en différé (catch-up TV et enregistrement) gagne 1 minute sur un an et la consommation live perd 2 minutes sur cette même période.

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

Audiences des chaînes en clair

Dans ce contexte concurrentiel fort, le groupe TF1 poursuit sa stratégie éditoriale multichaine tout en maîtrisant le coût de ses programmes.

Sur 2017, le groupe TF1 est leader des groupes privés en France avec une part d'audience cumulée de ses cinq chaînes en clair de 27,7% sur les Individus âgés de 4 ans et plus (+0,3 point par rapport à 2016).

Dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie multichaines, le Groupe a développé des offres éditoriales adaptées à tous les publics, lui permettant d'élargir son audience et d'être le groupe *leader* sur l'ensemble des publics clés :

- 32,3% de part d'audience sur les FRDA<50 (+0,2 point sur un an) ;
- 29,2% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,3 point sur un an) ;
- 26,3% sur les Individus CSP+ (+0,5 point sur un an).

Le Groupe a mené avec succès un chantier stratégique en *access* marqué par une transformation profonde de son offre, s'adressant à des publics complémentaires :

- Sur TF1 : *The Wall* au 1^{er} semestre, puis *Demain nous appartient* depuis juillet, un pari industriel audacieux et relevé comme en témoigne la reprise de *leadership* sur la cible des FRDA<50 en *access* ;
- Sur TMC : en saison 2 poursuite de la progression de *Quotidien* qui prend la tête des *talks show d'access* depuis la rentrée ;
- Sur LCI : installation réussie de David Pujadas sur le créneau 18h-20h de la chaîne d'information ;
- Sur TFX : succès des franchises originales de télé-réalité *La villa des cœurs brisés* et de *10 couples parfaits* ;
- Sur TF1 Séries Films ; offre de séries US performantes sur le public féminin.

Cette offre en *access* fédère en moyenne 3,8 millions de téléspectateurs entre 18 et 20h et permet au Groupe d'être très largement *leader* sur les FRDA<50 avec 30,9% de part d'audience.

TF1

Avec 22,1% de part d'audience sur la cible des FRDA<50 et 20,0 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, la chaîne TF1 confirme son *leadership* en 2017 grâce à une programmation toujours généraliste et événementielle.

TF1 affiche les 19 meilleures audiences télévision de l'année dont la meilleure audience avec le concert *Mission Enfoirés* (10,6 millions de téléspectateurs). Par ailleurs, TF1 enregistre 84 des 100 meilleures audiences 2017 et est la seule chaîne à inscrire des audiences dans le Top 100 sur tous les genres de programmes (Information, Sport, Fictions Françaises, Divertissement, Cinéma et Séries US).

- **Fictions françaises** : genre le plus représenté dans le top 100 avec une trentaine de programmes. TF1 a mis en avant une offre événementielle, puissante, diversifiée, ambitieuse et audacieuse en *prime time* (*Le tueur du lac* à 7,2 millions de téléspectateurs, *Coup de foudre à Noël*, *Mention Particulière*, *La Mante*) aux côtés des franchises historiques qui affichent de très belles performances (*Section de Recherches* à 7,3 millions de téléspectateurs, *Alice Nevers*, *Clem*, *Camping Paradis*).
- **Information** : TF1 a donné le tempo des élections présidentielles. Elle détient la 1^{ère} audience de l'année dans la catégorie Information avec le *Grand Débat* (9,9 millions de téléspectateurs) et confirme à la rentrée en proposant la 1^{ère} *interview télévisée du Président Macron* (9,5 millions de téléspectateurs). TF1 renforce son *leadership*

lors des événements spéciaux, à l'image de la *Cérémonie Hommage à Johnny Hallyday* où elle s'impose avec 7 millions de téléspectateurs.

Les journaux télévisés restent larges *leader* en hausse avec : jusqu'à 6,9 millions de téléspectateurs pour le 20H semaine, 7,8 millions de téléspectateurs pour le 20H week-end, 6,9 millions de téléspectateurs pour le 13H, et jusqu'à 5,5 millions de téléspectateurs pour le magazine *Grands Reportages* et 4,7 millions pour *Sept à Huit*.

- **Sport** : TF1 affiche la 1^{ère} audience sport de l'année avec la finale du Championnat du Monde de Handball à 8,7 millions de téléspectateurs. Large succès également pour la finale du Championnat du Monde de Handball féminin avec 4,3 millions de téléspectateurs. De plus, la chaîne enregistre des audiences record pour les matchs qualificatifs des Bleus (8,1 millions de téléspectateurs pour le match France-Luxembourg).
- **Divertissement** : TF1 est la seule chaîne à placer des divertissements dans le top 100 des meilleures audiences de l'année. *Ninja Warrior* est en forte hausse pour sa saison 2 (+600 000 téléspectateurs versus saison 1 et 35% de part d'audience sur les FRDA<50) aux côtés des plus grandes franchises *Koh Lanta*, *The Voice* (jusqu'à 8,1 millions de téléspectateurs) et *Danse avec les Stars*. Les soirées événementielles enregistrent de très bons scores : *Mission Enfoirés*, *Miss France* (7,6 millions de téléspectateurs), les *NRJ Music Awards* (5,2 millions de téléspectateurs). Année record également pour *Les 12 coups de midi* (3,4 millions de téléspectateurs) et sa déclinaison en *prime time* le 23 décembre dernier (5,1 millions de téléspectateurs).
- **Cinéma** : *Ciné Dimanche* affiche de beaux scores notamment avec les comédies françaises plébiscitées par le public (*Bienvenue chez les Ch'tis* : 1^{ère} audience cinéma de l'année avec 8,8 millions de téléspectateurs).

TF1 - Information financière 2017

Chaînes TNT

Sur l'année 2017, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, TFX et TF1 Séries Films et LCI, maintient son leadership et affiche la plus forte hausse d'audience sur cibles. Il rassemble 10,2 % de part d'audience sur les FRDA<50 (+0,5 point sur un an) et 9,3 % de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+1,0 point sur un an).

TMC

L'année 2017 consacre le succès du *rebranding* de la chaîne *premium* de la TNT.

TMC occupe 6 des 10 meilleures places du Top de la TNT, dont la première place avec le record d'audience historique pour une chaîne TNT enregistré lors de la ½ finale des Championnats du Monde de Handball France-Suède (4,7 millions de téléspectateurs).

Sur 2017, TMC enregistre un record historique sur les Individus âgés de 25 à 49 ans et les Individus CSP+ à 4,2% de part d'audience et la plus forte progression sur ces 2 cibles.

De plus, TMC a mis en place une stratégie d'opportunité gagnante sur les événements sportifs : match amical de football France-Paraguay (3,1 millions de téléspectateurs), match test du rugby France-All Blacks (1,9 million de téléspectateurs) et ½ finale des Championnats du Monde de Handball féminin Suède-France (1,2 million de téléspectateurs).

Par ailleurs, *Quotidien* est devenu le *talkshow* d'*access leader* de la TNT avec 1,4 million de téléspectateurs depuis la rentrée (+200 000 téléspectateurs en 1 an), soit 10,4% de part d'audience sur les 25-49 ans et 12,0% sur les Individus CSP+. Les talents de *Quotidien* percent en *prime time* avec le succès des documentaires de Martin Weill (0,9 million de téléspectateurs).

Enfin, TMC présente l'offre cinéma la plus performante de la TNT : meilleure audience pour *La 7^{ème} Compagnie* (2,3 millions de téléspectateurs).

TFX (ex NT1)

La chaîne confirme son positionnement avec une année record sur les jeunes âgés de 15 à 24 ans (4,3% de part d'audience) et sur les FRDA<50 (3,5% de part d'audience).

La chaîne a imposé deux créations de télé-réalité :

- *La Villa des cœurs brisés* (saison 3) qui permet à TFX d'être la 4^{ème} chaîne nationale sur les FRDA<50 (à 6% de part d'audience) et 3^{ème} chaîne nationale sur les 15-24 ans (avec 12%).
- Le lancement réussi de *10 couples parfaits* avec 11% de part d'audience sur les FRDA<50 et 14% sur les 15-24 ans en moyenne.

Le cinéma est également performant : *La mort dans la peau* avec 1,4 million de téléspectateurs, *47 Ronin* avec 1,3 million de téléspectateurs et *Terminator Renaissance* avec 1,1 million de téléspectateurs.

Enfin, TFX propose une offre de magazines exclusifs : *Appels d'urgence* (jusqu'à 0,9 million de téléspectateurs) et *On a échangé nos mamans* (jusqu'à 0,8 million de téléspectateurs).

TF1 Séries Films (ex HD1)

La chaîne cinéma/fiction du groupe réalise un record historique pour le 5^{ème} anniversaire de la TNT 2 avec 1,9% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus et sur les Individus âgés de 25 à 49 ans.

La chaîne détient 8 des 10 meilleures audiences de la TNT 2, dont la 1^{ère} pour la série *Section de Recherches* à 1,4 million de téléspectateurs.

TF1 Séries Films est la chaîne TNT 2 *leader* en *prime time* avec près de 450 000 téléspectateurs en moyenne.

Le cinéma rencontre un beau succès sur TF1 Séries Films avec : *Le Fugitif* (925 000 téléspectateurs), *The Descendants* (873 000 téléspectateurs), *Jurassic Park le monde perdu* (840 000 téléspectateurs).

LCI

LCI voit son audience multipliée par 2 en un an et conforte sa place de 2^{ème} chaîne d'information avec 0,6% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Le 1^{er} semestre 2017 a été marqué par les élections présidentielles : LCI est devenue la 1^{ère} chaîne d'info avec la co-diffusion du *Grand Débat* (345 000 téléspectateurs et 1,7% de part d'audience sur les 4+) ou encore l'annonce du nouveau Gouvernement (353 000 téléspectateurs et 2,4% de part d'audience sur les 4+).

LCI confirme sa place à la rentrée grâce à ses nouveaux rendez-vous et ses nouvelles incarnations et est la seule chaîne d'information en hausse sur un an au dernier quadrimestre 2017 (+21% d'audience) :

- *La Matinale* : en forte progression et seule chaîne d'info en hausse sur cette tranche (1,8% de part d'audience sur les 4+, soit + 0,6 point). Une transformation éditoriale qui se traduit également par une transformation du public : 1,8% de part d'audience, soit +0,7 point sur les 25-49 ans et 2,8% de part d'audience, soit +1 point sur les Individus CPS+.
- *La République LCI* : 1,4% de part d'audience sur les 4+ et plus forte progression sur cette tranche avec +0,5 point de part d'audience en un an.
- *Le Débat LCI* : 1% de part d'audience sur les 4+ (+0,6 point en un an).
- Succès pour *24H Pujadas, l'info en questions* : 2^{ème} chaîne d'information avec 1% de part d'audience sur les 4+ et jusqu'à 235 000 téléspectateurs.
- *Le Brunch de l'actu* le week-end : en hausse sur un an de +30% d'audience avec jusqu'à 104 000 téléspectateurs et 1,6% de part d'audience sur les 4+.

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

Bien que l'activité de régie pour le compte de radios soit stable sur 2017 versus 2016, l'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe, etc.) est en retrait sur cette même période.

TF1 Films Production

En cumulé sur l'année 2017, la fréquentation en salles de cinéma est de 209 millions, contre 213 millions en cumulé sur 2016.

52 films (dont 17 films français) ont réalisé plus d'un million d'entrées en 2017, contre 53 (dont 18 films français) en 2016. La part des films français en salle représente 37,4% du total des films en 2017 (versus 35,8% en 2016).

Au box office, les 4 premiers films français ayant réalisés le plus grand nombre d'entrées sont coproduits par TF1 Films Production : *Raid Dingue* (4,6 millions d'entrées), *Valérian et la cité des mille planètes* (4,0 millions d'entrées), *Alibi.com* (3,6 millions d'entrées) et *Le sens de la fête* (2,9 millions d'entrées).

Au total, les 21 films coproduits par TF1 Films Production sur l'année 2017 ont généré plus de 23 millions d'entrées, dont 5 films millionnaires (versus 9 en 2016).

Sur 2017, la contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires est en légère baisse. Le résultat opérationnel courant est en recul versus 2016, en lien notamment avec les amortissements liés au nombre annuel de sorties de films.

TF1 Production

En 2017, TF1 production a produit environ 410 heures de programmes (versus 450 heures en 2016). La baisse s'explique essentiellement par l'absence de programme de fiction du matin (*Petits secrets entre voisins*, *Petits secrets entre familles*). Le nombre d'heures délivrées à la TNT est stable (environ 100 heures livrées).

Sur le dernier trimestre 2017, TF1 production a lancé de nouvelles marques de narration telles que *Mon plus beau Noël* (20 épisodes) et *Le merveilleux village de Noël*.

La contribution de TF1 Production au chiffre d'affaires du Groupe enregistre une hausse sur un an. Le résultat opérationnel courant est également en progression par rapport à 2016, grâce à des efforts sur les coûts de production.

Autres antennes et activités associées

e-TF1

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

L'activité digitale connaît une forte croissance sur 2017 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 une bonne année 2017 en lien avec une programmation favorable.

De plus, des dispositifs de programmation innovants ont permis d'exprimer la complémentarité des antennes et du digital, agissant comme de véritables amplificateurs d'audiences pour des événements exceptionnels, parmi lesquels :

- Dans le domaine de l'information, la co-diffusion TF1-LCI-Digital a permis au *Grand Débat* d'être suivi par 11,2 millions de personnes ;
- Dans le domaine de la fiction française, grâce à son exposition sur MYTF1 en avant-première puis en *replay*, sa diffusion sur TF1 et TF1 Séries Films, le 1^{er} épisode de la série événement *Le Tueur du Lac* a été vu par 7,9 millions de personnes.

En 2017, les audiences vidéo digitales du groupe ont également progressé pour atteindre 1,7 milliard de vidéos vues sur l'année sur la seule plateforme MYTF1, soit 31% de progression en un an.

TF1 - Information financière 2017

A compter du 1^{er} janvier 2017, l'activité TFOU MAX, offre de vidéo jeunesse par abonnement, a été transférée chez TF1 Vidéo.

Sur 2017, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de e-TF1 sont en progression.

Chaînes Thématiques

L'ensemble des chaînes payantes réalise en France une part d'audience de 10,0 % en 2017 sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, stable sur un an¹.

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques (TV Breizh, Ushuaïa, Histoire) progresse sur 2017 sous l'effet d'une hausse de leur chiffre d'affaires publicitaire. En parallèle, la maîtrise des charges permet à ces chaînes d'accroître leur rentabilité.

TV Breizh

TV Breizh continue de renforcer sa programmation autour de séries dites « gold » : *Magnum*, *Les feux de l'amour*, *Mac Gyver* notamment.

TV Breizh décroche la première place du classement parmi les chaînes payantes auprès de l'ensemble des téléspectateurs abonnés à une offre câble/satellite avec 0,6% de part d'audience sur Individus âgés de 4 ans et plus².

Histoire et Ushuaïa

Ushuaïa TV, première chaîne payante découverte en termes de notoriété d'après le baromètre Institut CSA, a poursuivi sa politique de création d'événements autour de cycles et programmations spéciales notamment avec des incarnations fortes telles que Denis Brogniart ou Hélène Gateau.

Par ailleurs, 2017 était l'année des 30 ans du magazine *Ushuaïa* qui a donné lieu à la diffusion d'une interview exclusive et inédite de Nicolas Hulot.

La chaîne Histoire, qui fête cette année ses 20 ans, est *leader* de sa thématique et progresse sur ses 2 cibles privilégiées (25-49 ans et Individus CSP+)¹. Enfin, Histoire a développé la programmation de formats variés autour notamment de fictions de prestige et du théâtre historique.

Studios et Divertissements

Chiffre d'affaires (M€)	2017	2016	Var. en M€
Studios et Divertissements	411,3	392,8	18,5

Résultat opérationnel courant (M€)	2017	2016	Var. en M€
Studios et Divertissements	42,0	41,9	0,1

Studios

Newen Studios

En 2017, Newen a poursuivi son développement avec l'acquisition, en février, de Tuvalu Media Group, premier producteur indépendant aux Pays-Bas. Parmi ses principaux programmes figurent *The First Years*, *My New Home*, *Maestro* (format BBC) ou encore *Cover Me*.

Au cours du dernier trimestre 2017, Newen Studios a continué de diversifier et d'étoffer son carnet de commandes avec les productions suivantes : *Candice Renoir* (saison 6) pour France 2, *Cassandra* pour France 3, *Demain nous appartient* pour TF1, *Nu* pour France 2, *Thanksgiving* pour Arte.

Les fictions produites par Newen Studios ont connu des succès d'antennes au cours de cette période : *Demain nous appartient* sur TF1 (record d'audience à 3,4 millions de téléspectateurs), *Nina* (moyenne de la saison à 3,9 millions de téléspectateurs).

Par ailleurs, dans le domaine du digital, acquisition de Mayane Communication le 28 décembre 2017, groupe pluri-média français important sur les univers de la puériculture, de la petite enfance et de la parentalité.

TF1 Studio

Au cumul, 13 films sont sortis en salle sur 2017 contre 18 l'année dernière.

Les gros succès de l'année sont *Alibi.com* (3,6 millions d'entrées) et *Il a déjà tes yeux* (1,4 million d'entrées).

De plus, *Alibi.com* avec plus de 454 000 séances VOD est le plus gros succès de l'année (devant les films américains).

Intégration cette année dans le studio de TFOUMAX.

¹ Médiamétrie – Médiamat.

² Médiamat/Thématik (vague 33 – janvier à juin 2017), univers payant.

Divertissement

TF1 Entertainment

TF1 Entertainment réalise une bonne année 2017 avec une croissance de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel, principalement grâce à :

- La Seine Musicale qui enregistre de bonnes performances pour *Bartabas*, le *concert de Michel Sardou* et surtout *West Side Story* ;
- Play Two avec le lancement de l'activité et les sorties réussies pour l'album hommage à *Michel Sardou* et surtout la sortie du nouvel album de *Mc Solaar* au dernier trimestre 2017 ;
- Publishing avec la forte contribution des collections *Toutankhamon* et *Tour Eiffel* ;

- Musique/Spectacles : au dernier trimestre 2017, lancement réussi, en termes de fréquentation, pour l'Escape Game réalisé au Parc des Princes. L'activité musique affiche de bonnes performances portées par le Label (*M. Pokora, Lou, ...*) et les artistes (*F. Pagny, Indochine*, l'album de reprises de *J. Halliday*).

Téléshopping

Malgré une baisse de l'activité commandée, le taux de marge commerciale est demeuré stable sur l'année.

1.5. Responsabilité sociétale de l'entreprise

De la RSE vers l'Engagement sociétal : lancement de la démarche TF1 Initiatives

En décembre, le groupe TF1 a présenté à ses partenaires, à la presse et aux associations, la nouvelle démarche d'engagement sociétal du Groupe : TF1 Initiatives. Elle rassemble de manière plus cohérente et plus visible, l'ensemble de l'engagement sociétal du groupe TF1, qu'il soit porté par ses Antennes, l'Entreprise TF1 ou la Fondation.

TF1 Initiatives est organisée autour de trois domaines : la solidarité, la diversité et la société durable, au service du lien social et du mieux-vivre ensemble, en France.

Le groupe TF1 renouvelle son Label Diversité

En décembre, Gilles Pélisson (PDG) et Arnaud Bosom (DRH) ont reçu des mains de Laureline Andrau Tilmont du Ministère du Travail, le label Diversité pour le groupe TF1, dans le cadre de son renouvellement.

Ce Label atteste de l'exemplarité du Groupe en matière de prévention des discriminations, d'égalité de traitement et de promotion de la diversité dans le cadre de la gestion des ressources humaines, ainsi que sur ses antennes. Les 5 axes prioritaires de cette politique, qui guident les actions du Groupe au quotidien, ont été mis une nouvelle fois en lumière au travers du Label : L'égalité homme/femme, les générations, le handicap, la mixité ethnique, et l'orientation sexuelle.

3 partenariats structurants pour TF1 Initiatives

Le développement de TF1 Initiatives passe par la coopération avec des associations déjà engagées dans le domaine du vivre-ensemble sur le territoire français. Le groupe TF1 a signé 3 nouveaux partenariats importants avec Sport Dans la ville, Fraternité Générale et Respect Zone.

« Sport Dans la Ville » – pour l'insertion des jeunes filles et garçons par le sport

Créée en 1998, Sport dans la Ville est la principale association d'insertion par le sport en France. 5 500 jeunes sont aujourd'hui inscrits à l'association qui fait progresser leur développement personnel et professionnel. Dans le cadre de Paris 2024, l'association a pour objectif de passer de 36 à 80 centres sportifs afin d'en faire profiter 12 000 jeunes à travers la France d'ici les JO.

TF1 aidera l'association à atteindre son objectif. Ce partenariat qui mobilisera les bonnes volontés de nos champions du monde sportif, de nos journalistes et communicants, des associations sportives du Groupe et de tous les collaborateurs qui le souhaiteront, permettra à TF1 de déployer ses actions d'insertion professionnelle plus largement sur le territoire.

« Fraternité Générale » - Mouvement pour la fraternité à travers des actions culturelles, sportives et citoyennes

L'association Fraternité Générale promeut la fraternité à travers des actions culturelles, pédagogiques et citoyennes partout en France, pour lutter contre les rejets, les replis communautaires et identitaires et susciter des initiatives portées par la société. Elle a conçu une collection de vidéo-clips autour de la fraternité qui ont été diffusés en novembre sur les grandes chaînes de télévision, dont TF1, dans les salles de cinéma, sur internet et dans les stades. TF1 et Fraternité Générale interviendront ensemble pour accompagner ou créer des événements labellisés Fraternité Générale sur le territoire.

TF1 s'engage pour le respect avec « Respect Zone »

Les sites et les réseaux sociaux de TF1 arborent désormais le logo de Respect Zone, une association qui promeut le respect sur internet. Respect Zone est un engagement de responsabilité citoyenne qui met en avant l'éthique et l'auto modération. Il permet d'afficher l'engagement de chacun pour le respect de soi-même et des autres. Le label Respect Zone est accompagné d'une charte en quatre paragraphes qui reprend les principes de la loi, de la liberté de l'expression responsable et du vivre ensemble par une communication non-violente. Ce partenariat répond aux nouveaux enjeux sociétaux apportés par l'évolution du Groupe vers le digital.

14 décembre 2017 : les 10 ans de la Fondation

En décembre, TF1 a fêté les 10 ans de la Fondation TF1 qui répond à l'un des trois enjeux majeurs de TF1 Initiatives, celui de la Diversité.

Elle joue un rôle important et innovant dans la lutte contre les différentes formes de discrimination. Soucieuse d'encourager l'égalité des chances et la mixité des origines au sein du Groupe, elle a pour principaux objectifs :

- l'insertion professionnelle des jeunes issues des quartiers politiques de la ville,
- la promotion du lien jeunes / écoles / entreprises,
- l'accompagnement de structures entrepreneuriales,
- la mise en place de projets inter-entreprises,
- le développement d'actions solidaires innovantes.

Depuis 10 ans, ce sont plus de 120 jeunes issus de programmes de la Fondation qui ont été accueillis dans une cinquantaine de services du groupe TF1, chacun pour une durée de 2 ans. Parmi les huit premières promotions sorties, 93% ont trouvé un emploi (dont 52% d'entre eux au sein du Groupe TF1) et 7% poursuivent leurs études.

La Fondation TF1 continue de renforcer le lien avec le territoire francilien avec, notamment, la signature des chartes « entreprises et quartiers » et les actions (parfois inter-entreprises) qui en découlent comme par exemple l'association Tous en Stage.

TF1 se mobilise contre les violences faites aux femmes

Le groupe TF1 s'est mobilisé à l'occasion de la Journée internationale pour l'Élimination de la Violence à l'égard des Femmes qui a eu lieu le 25 novembre 2017 avec notamment :

- un clip vidéo réalisé pour l'occasion a été diffusé sur les antennes du groupe ;
- le Journal Télévisé du 20H a consacré le jour même un sujet à une nouvelle application gratuite App Elles permettant aux femmes victimes de violence de prévenir discrètement leurs proches, d'enregistrer les sons et de se géolocaliser ;
- sur l'antenne de LCI, la Matinale a accueilli Caroline de Haas, militante féministe et cheffe d'entreprise. Puis le Brunch de l'Info a été consacré à la thématique avec notamment l'invitée Eva Darlan, actrice et auteure en 2013 de *Crue et nue* : Le manifeste de mon corps ;
- le groupe TF1 est devenu partenaire média de l'opération Stop aux violences faites aux femmes (#STOPVFF) initiée par Make.org en partenariat avec la Fondation Kering et Facebook. Cette opération a pour objet de recueillir des propositions concrètes pour combattre ce fléau. Les 10 propositions les plus plébiscitées par près de 500 000 citoyens seront ensuite transformées en actions avec les associations partenaires à partir de mars 2018.

TF1 récompensé pour son action en faveur d'une meilleure visibilité des femmes dans les programmes d'information

A l'occasion de la 5ème Nuit de la RSE qui s'est tenue en novembre, le groupe TF1 a été récompensé dans la catégorie « Meilleur projet RSE en lien avec l'activité de l'entreprise » pour son action en faveur d'une plus juste représentation des femmes dans les programmes d'information.

Pour résoudre le problème de la faible représentation des femmes dans les médias, le groupe TF1 a engagé en 2016 un travail de fond dont les résultats, et notamment l'augmentation de la présence des femmes à l'antenne, seront évalués chaque année.

Au programme de cette initiative, une série d'actions souhaitée par la direction de l'Information est mise en place :

- Une formation de sensibilisation pour une meilleure représentation des femmes dans les programmes d'information destinée aux journalistes, documentalistes et monteurs/monteuses ;

- Des sessions de media-training en partenariat avec l'association VOX FEMINA pour accompagner les expertes dans leurs prises de paroles publiques ;
- Une journée de conférence réunissant 180 expertes dans le domaine du droit, de l'économie et de la santé, de la police... pour renforcer la représentativité des femmes expertes sur les antennes.

Cette démarche initiée en 2016 a été plébiscitée par les participantes et sera renouvelée en 2018.

1.6. Point social

Au 31 décembre 2017, le groupe TF1 compte 2 706 collaborateurs en CDI.

1.7. Performances boursières

Au 31 décembre 2017, l'action TF1 clôture à 12,29 euros, soit une hausse de 30 % en un an.

Le CAC 40 est en hausse sur cette même période de 9,3 % et le SBF 120 de 10,8 %.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2017, de 2,578 milliards d'euros, en hausse de 30 % par rapport à la capitalisation boursière du 31 décembre 2016.

1.8. Perspectives

En 2018, le groupe TF1 poursuivra sa stratégie multichaînes, multimédia et multimétiers, et sa croissance dans le digital et la production.

Le Groupe diffusera en exclusivité en clair 28 matchs de la Coupe du Monde de Football sur ses chaînes, poursuivra le renouvellement des séries (*La vérité sur l'affaire Harry Quebert*), des fictions françaises (*Les bracelets rouges*, *Insoupçonnable*) et des divertissements (*L'aventure Robinson*, *Running Wild*), confortera son offre d'access (*Quotidien*, *Demain nous appartient*) et fera évoluer son offre d'information.

Dans le domaine de la distribution, le Groupe, conformément à ce qui a été accompli dès 2017 avec Altice-SFR et début 2018 avec Bouygues Telecom, proposera l'offre TF1 Premium, incluant ses contenus ainsi que de nouveaux services à tous les opérateurs.

Dans le digital, l'annonce récente de l'acquisition du groupe aufeminin permettra de nouer une relation différente avec les annonceurs, en s'appuyant sur de fortes audiences web, sur des communautés très engagées envers les marques de ce Groupe (aufeminin.com, Marmiton, My Little Paris) présentes dans plus de 20 pays, et pouvant aller jusqu'à l'achat de box³. Le rapprochement de

aufeminin avec le groupe TF1 pourrait intervenir, après accord des autorités de concurrence, dans le courant du 1^{er} semestre 2018. Il sera une des priorités de 2018 pour accélérer la transformation digitale.

Le groupe TF1 prévoit :

- dès 2018, une progression du taux de marge opérationnelle courante pour le Groupe (hors événements sportifs majeurs),
- un coût annuel moyen des programmes ramené à 960 millions d'euros (hors événements sportifs majeurs) pour les cinq chaînes en clair sur la période 2018-2020, grâce à l'optimisation des investissements dans les contenus.

De plus, le groupe TF1 réaffirme :

- son ambition de croissance des activités hors publicité des cinq chaînes en clair qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé en 2019,
- son objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019.

1.9. Evolution du capital

Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2017, 448 200 actions ont été créées consécutivement à des levées d'options de souscription d'actions. TF1 ne détenait aucune de ses actions au cours de cette même période.

Au 31 décembre 2017, le nombre d'actions et de droits de vote s'élève à 209 865 742. Le montant du capital est de 41 973 148,40 euros.

1.10. Gouvernance

Le Conseil d'Administration, suivant les recommandations du Comité de Sélection, soumettra à l'Assemblée Générale du 19 avril 2018, le renouvellement, pour une durée de trois ans, des mandats d'administrateurs de Laurence Danon Arnaud, Martin Bouygues et de la société Bouygues, dont le représentant permanent est Philippe Marien.

³ Abonnement payant à des coffrets cadeaux surprise sur le thème de la beauté, faisant la promotion de produits pour les marques.

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).

Par ailleurs, les mandats des deux administratrices représentantes du personnel, à savoir Fanny Chabirand et Sophie Leveaux Talamoni, arrivent à échéance en 2018. Les administrateurs représentants du personnel sont directement élus par les collaborateurs de TF1, avant l'Assemblée Générale. Le premier tour des élections est fixé au 22 mars 2018. L'Assemblée Générale du 19 avril 2018 aura connaissance des noms des administrateurs représentants du personnel élus, pour deux ans.

1.11. Calendrier prévisionnel

- **19 avril 2018** : Assemblée Générale des actionnaires
- **25 avril 2018** : chiffre d'affaires et comptes du premier trimestre 2018
- **30 avril 2018** : détachement du dividende 2017
- **2 mai 2018** : arrêté des positions pour la mise en paiement
- **3 mai 2018** : paiement du dividende
- **24 juillet 2018** : chiffre d'affaires et comptes semestriels 2018
- **30 octobre 2018** : chiffre d'affaires et comptes des neuf premiers mois 2018

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

2. Comptes consolidés 2017

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)	Notes	Exercice 2017	Exercice 2016
Recettes publicitaires		1 561,7	1 530,1
Autres revenus		563,2	532,6
Chiffre d'affaires	5.1	2 124,9	2 062,7
Autres produits de l'activité	5.1	43,1	14,1
Achats consommés et variation de stocks	5.2	(877,1)	(923,2)
Charges de personnel	5.3	(453,2)	(403,9)
Charges externes	5.4	(391,6)	(369,9)
Impôts et taxes	5.5	(131,2)	(127,2)
Dotations nettes aux amortissements		(173,2)	(177,6)
Dotations nettes aux provisions		(53,7)	(80,6)
Autres produits d'exploitation	5.6	244,2	242,6
Autres charges d'exploitation	5.6	(146,9)	(107,6)
Résultat opérationnel courant		185,3	129,4
Autres produits opérationnels		-	-
Autres charges opérationnelles	5.7	(23,3)	(83,7)
Résultat opérationnel		162,0	45,7
Produits sur endettement financier		0,2	0,6
Charges sur endettement financier		(1,7)	(1,8)
Coût de l'endettement financier net	5.8	(1,5)	(1,2)
Autres produits financiers	5.9	15,8	4,3
Autres charges financières	5.9	(9,5)	(8,8)
Impôt	5.11	(44,6)	(5,9)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées		14,2	9,9
Résultat net des activités poursuivies		136,4	44,0
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession		-	-
Résultat net		136,4	44,0
attribuable au Groupe :		136,1	41,7
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>		136,1	41,7
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		0,3	2,3
<i>Résultat net des activités poursuivies</i>		0,3	2,3
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		209 664	209 444
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	7.4.2	0,65	0,20
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	7.4.2	0,65	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 2017	Exercice 2016
Résultat net consolidé	136,4	44,0
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	(1,2)	(3,7)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	(1,0)	1,3
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⁾	(6,5)	0,8
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	2,2	(0,3)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres		-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(6,5)	(1,9)
Total des produits et charges comptabilisés	129,9	42,1
<i>attribuable au Groupe</i>	129,6	39,7
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	0,3	2,4

⁽¹⁾ Dont quote-part recyclée (4,1) millions d'euros à fin 2017, (2,9) millions d'euros à fin 2016

Tableau des flux de trésorerie consolidés

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2017	Exercice 2016
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		136,4	44,0
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)	6.2.1	231,8	242,9
Résultat de cessions d'actifs		7,0	0,5
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		(12,9)	(8,4)
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	6.2.2	(36,1)	(18,6)
Sous-total		326,2	260,4
Coût de l'endettement financier net		1,5	1,2
Charge d'impôt (y compris impôts différés)		44,6	5,9
Capacité d'autofinancement		372,3	267,5
Impôts versés (-) / remboursés (+)		(21,2)	(53,4)
Variation du BFR lié à l'activité	6.2.3	(82,0)	14,5
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		269,1	228,6
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(189,7)	(205,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		0,9	0,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(35,0)	(7,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		9,2	2,5
Incidence des variations de périmètre	6.3.1	66,8	(104,9)
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		(32,6)	(186,5)
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		90,5	9,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-
<i>Autres variations de périmètre (trésorerie des sociétés acquises ou cédées)</i>		8,9	72,1
Dividendes reçus		0,1	-
Autres flux liés aux opérations d'investissement		(2,2)	(0,8)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(149,9)	(315,6)
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options	7.4.6	3,0	1,9
Rachats et reventes d'actions propres		-	(21,4)
Autres opérations entre actionnaires		(3,0)	(0,8)
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	7.4.5	(58,6)	(167,3)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		42,8	85,7
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)		(25,7)	(91,4)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)		(1,5)	(1,2)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(43,0)	(194,5)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		76,2	(281,5)
Trésorerie au début de l'exercice - Activités poursuivies		419,3	700,8
Variation de la trésorerie - Activités poursuivies		76,2	(281,5)
Trésorerie à la clôture de l'exercice - Activités poursuivies		495,5	419,3

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2017.12	2016.12
Goodwill	7.3.1	580,4	560,9
Immobilisations incorporelles		234,6	237,2
Droits audiovisuels	7.1.1	170,8	174,4
Autres immobilisations incorporelles	7.3.2	63,8	62,8
Immobilisations corporelles	7.3.3	177,2	174,0
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	7.3.4	22,2	89,3
Actifs financiers non courants	7.3.5	46,5	31,7
Actifs d'impôt non courants		-	-
Total actifs non courants		1 060,9	1 093,1
Stocks et en-cours		615,9	677,5
Programmes et droits de diffusion	7.1.2	597,8	661,9
Autres stocks		18,1	15,6
Clients et autres débiteurs	7.2.1	1 204,7	979,8
Actifs d'impôt courants		13,0	40,2
Autres actifs financiers courants		-	4,9
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7.5.1	495,8	420,2
Total actifs courants		2 329,4	2 122,6
Actifs d'activités en cours de cession		-	-
TOTAL ACTIF		3 390,3	3 215,7
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	7.5.1	256,7	186,7

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2017.12	2016.12
Capital	7.4.1	42,0	41,9
Primes et réserves		1 403,8	1 409,8
Résultat consolidé de l'exercice		136,1	41,7
Total capitaux propres part du groupe		1 581,9	1 493,4
Participations ne donnant pas le contrôle		(0,1)	(0,8)
Total capitaux propres		1 581,8	1 492,6
Dettes financières non courantes	7.5.1	232,6	224,9
Provisions non courantes	7.3.6	38,8	54,2
Passifs d'impôt non courants	5.9.2	40,2	42,9
Total passifs non courants		311,6	322,0
Dettes financières courantes	7.5.1	6,5	8,6
Fournisseurs et autres créiteurs	7.2.2	1 466,3	1 368,0
Provisions courantes	7.2.3	16,5	24,5
Passifs d'impôt courants		-	-
Autres passifs financiers courants		7,6	-
Total passifs courants		1 496,9	1 401,1
Passifs d'activités en cours de cession		-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 390,3	3 215,7

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 2016	41,9	13,5	-	1 447,9	(9,9)	1 493,4	(0,8)	1 492,6
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	2,9	-	-	-	3,0	-	3,0
Paiements fondés sur des actions	-	-	-	5,1	-	5,1	-	5,1
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(58,6)	-	(58,6)	-	(58,6)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	17,1	-	17,1	0,3	17,4
Total opérations avec les actionnaires	0,1	2,9	-	(36,4)	-	(33,4)	0,3	(33,1)
Résultat net consolidé	-	-	-	136,1	-	136,1	0,3	136,4
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	(6,5)	(6,5)	-	(6,5)
Autres opérations (changements de méthode, périmètre et divers)	-	-	-	(7,7)	-	(7,7)	0,1	(7,6)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2017	42,0	16,4	-	1 539,9	(16,4)	1 581,9	(0,1)	1 581,8

(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

Se reporter à la note 7-4 « Capitaux propres » pour le détail des variations

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

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 41 973 148,40 € – 326 300 159 R.C.S. Nanterre

Courrier à adresser au siège social :

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

Tél : +33 (0)1 41 41 12 34

Contact

Département Relations Investisseurs

Tél : +33 (0)1 41 41 49 73 / E-mail: comfi@tf1.fr

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