



LE GROUPE

Rapport d'activité
2019

Rapport d'activité – 2019

1. Information financière 2019	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants de l'année 2019	5
1.3. Analyse des résultats consolidés	8
1.4. Information sectorielle	10
1.5. Responsabilité sociétale de l'entreprise	15
1.6. Point social	16
1.7. Performances boursières	16
1.8. Perspectives	16
1.9. Evolution du capital	16
1.10. Gouvernance	16
1.11. Calendrier prévisionnel	17
2. Comptes consolidés 2019	18
Compte de résultat consolidé	18
Etat des produits et charges comptabilisés	19
Etat consolidé des flux de trésorerie	20
Bilan consolidé	21
Bilan consolidé (suite)	22
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	23
Notes annexes aux états financiers consolidés	24

1. Information financière 2019

1.1. Résultats consolidés

Indicateurs financiers

Ces chiffres clés sont extraits des données financières consolidées du groupe TF1. Les résultats ci-après sont présentés selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019.

<i>En millions d'euros</i>	2019	2018
Chiffre d'affaires consolidé	2 337,3	2 288,3
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>1 658,1</i>	<i>1 662,2</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>679,2</i>	<i>626,1</i>
Résultat opérationnel courant	255,1	198,8
Résultat opérationnel	255,1	176,8
Résultat net part du Groupe	154,8	127,4
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net, produit de l'excédent financier net, charges d'intérêt sur obligations locatives et impôt décaissé	416,6	360,4
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,74	0,61
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,74	0,61
Total capitaux propres part du Groupe	1 562,4	1 574,6
Dette nette des activités poursuivies ¹	(126,3)	(27,5)
	2019	2018
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 242	209 891
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	7,40	7,08
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	1,6	1,5

¹ Avant prise en compte des obligations locatives (norme IFRS 16)

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€)	T4 2019	T4 2018	FY 2019	FY 2018	Var.	Var. %
Chiffre d'affaires consolidé	722,7	712,7	2 337,3	2 288,3	49,0	2,1%
Publicité Groupe	499,7	510,5	1 658,1	1 662,2	(4,1)	-0,2%
Autres activités	223,0	202,2	679,2	626,1	53,1	8,5%
Chiffre d'affaires consolidé	722,7	712,7	2 337,3	2 288,3	49,0	2,1%
Antennes	528,6	531,3	1 774,2	1 763,7	10,5	0,6%
Dont publicité	472,6	475,0	1 567,4	1 588,2	(20,8)	-1,3%
Studios et Divertissements	144,7	126,8	390,0	408,6	(18,6)	-4,6%
Digital (Unify)	49,4	54,6	173,1	116,0	57,1	49,2%
Coût des programmes	(325,8)	(288,3)	(985,5)	(1 014,2)	(28,8)	-2,8%
Résultat opérationnel courant	70,7	72,2	255,1	198,8	56,3	28,3%
Taux de marge opérationnelle courante	9,8%	10,1%	10,9%	8,7%	-	+2,2pts
Antennes	28,9	56,7	185,5	151,0	34,5	22,8%
Studios et Divertissements	32,9	8,2	57,9	35,5	22,4	63,1%
Digital (Unify)	8,9	7,3	11,7	12,3	(0,6)	-4,9%
Résultat opérationnel	70,7	66,7	255,1	176,8	78,3	44,3%
Résultat net part du Groupe	37,0	46,2	154,8	127,4	27,4	21,5%

Détail du coût des programmes

En millions d'euros	2019	2018
Total coût des programmes	(985,5)	(1 014,2)
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	(331,8)	(348,2)
Variétés / Jeux / Magazines	(271,4)	(238,5)
Films	(148,3)	(159,0)
Information (incluant LCI)	(134,7)	(136,7)
Sports	(87,4)	(118,9)
Jeunesse	(11,8)	(13,0)

Coût des programmes ventilé par nature du compte de résultat

En millions d'euros	2019	2018
Achats consommés et variation de stocks	(831,6)	(831,2)
Charges de personnel	(77,6)	(79,8)
Charges externes	(4,1)	(13,8)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(70,8)	(91,4)
Autres lignes du compte de résultat IFRS	(1,4)	2,0
Résultat opérationnel courant	(985,5)	(1 014,2)

1.2. Faits marquants de l'année 2019

Janvier

10 Janvier 2019

Le groupe TF1 se classe en 20ème position du Palmarès Ethics and Boards 2018 de la Féminisation des Instances Dirigeantes, parmi les 120 grandes entreprises françaises du SBF 120. Il gagne ainsi quatre places au classement depuis 2017 et conserve sa place de premier groupe média, devant M6 (36ème), Lagardère (42ème) ou Bolloré (88ème).

24 Janvier 2019

Le groupe TF1 et VIDEOFUTUR, opérateur fibre national, annoncent un nouvel accord de distribution global. Cet accord prévoit la distribution par VIDEOFUTUR d'une part de toutes les chaînes en clair de la TNT du groupe TF1 (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI), et d'autre part des services non linéaires associés à ces chaînes.

30 Janvier 2019

Le groupe TF1 entre en négociations exclusives avec Jérôme Dillard, ancien DG de Téléshopping, en vue de la cession de l'activité opérationnelle de télé-achat. Alors que le métier de la vente à distance est en profonde mutation, le groupe TF1 a décidé de se concentrer sur la diffusion des émissions de téléachat sur ses antennes. Jérôme Dillard s'est engagé à reprendre l'ensemble des équipes. De son côté, le Groupe TF1 s'est engagé à poursuivre la diffusion sur les cinq prochaines années.

Février

5 février 2019

Le groupe TF1 annonce la création de Unify, son nouveau pôle digital, qui rassemble les nouvelles activités digitales du groupe TF1 (hors OTT et replay TV) : le groupe Aufeminin (Aufeminin, Marmiton, MyLittleParis, etc.), Doctissimo, Neweb (Les Numériques, ZDNet, Paroles de Maman, etc.), Gamned!, Studio 71, Vertical Station et TF1 Digital Factory.

Présent dans 10 pays et rassemblant chaque mois plus de 100 millions de visiteurs uniques, Unify devient le premier groupe numérique construit autour de contenus fédérateurs, de productions originales, de talents, d'événements et de services dédiés aux thématiques féminines, santé et divertissement.

Unify se positionne aujourd'hui sur 3 activités : *Publishers, Brand Solutions et services, Social e-commerce*.

La création de ce pôle digital favorisera les synergies avec le groupe TF1 aussi bien sur le plan éditorial que commercial. Unify et TF1 Publicité pourront associer leur savoir-faire et leurs expertises pour apporter aux annonceurs des dispositifs cross media optimisés et inédits.

Mars

1^{er} mars 2019

Newen prend une participation majoritaire, à hauteur de 60 %, dans De Mensen, un des leaders de la production audiovisuelle en Belgique.

11 Mars 2019

Le groupe TF1 annonce la mise en œuvre à compter du 11 mars 2019, du rachat de ses propres actions comme autorisé par le Conseil d'Administration et conformément aux autorisations données par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires du 19 avril 2018. Ces actions seront destinées à être annulées.

26 mars 2019

Accord entre TF1 & Netflix autour de la série événement Le Bazar de la Charité. Premier partenariat de cette importance entre Netflix et un diffuseur français, cet accord initié par TF1 Studio, distributeur de la série pour le compte de Quad Télévision, permettra à Netflix de bénéficier pour une durée de quatre ans de l'exclusivité SVOD monde.

Avril

10 avril 2019

Le groupe TF1 annonce qu'il diffusera, en exclusivité, l'intégralité de la coupe du Monde de Rugby 2019 qui se déroulera du 20 septembre au 2 novembre au Japon. Pour la première fois, un seul groupe média diffusera la compétition en intégralité en clair. Le groupe TF1 montre une nouvelle fois sa capacité unique à proposer les plus grands événements au plus grand nombre.

11 avril 2019

Le groupe TF1 annonce avoir finalisé la cession de l'activité opérationnelle de télé-achat (*sourcing* de produits, commercialisation, production TV...) à Jérôme Dillard, son ancien DG, entrepreneur indépendant, spécialiste reconnu du télé-achat,

TF1 - Information financière 2019

des produits de grande consommation, de la distribution spécialisée et de la relation clients.

Mai

23 mai 2019

François Pellissier devient Directeur Général de TF1 Publicité et des Sports du Groupe TF1 et intègre le Comité exécutif. Il succède à Régis Ravanas DGA Publicité et Diversification, ce dernier ayant souhaité quitter le Groupe. Il conservera le pilotage de la Direction des Sports du Groupe, en lien étroit avec Ara Aprikian, DGA Contenus.

Juin

24 juin 2019

TF1 et IP Belgium annoncent la signature d'un accord pour la commercialisation et la valorisation des espaces publicitaires de la chaîne TF1 en Belgique.

Cette nouvelle collaboration permettra à IP Belgium de proposer aux annonceurs belges une offre compétitive qui représente 13% de part d'audience auprès du public belge. Les annonceurs pourront ainsi bénéficier d'un complément de couverture auprès de leurs cibles publicitaires et associer leurs marques à des environnements *premium* aux programmes engageants et fédérateurs.

Juillet

11 juillet 2019

Newen annonce son intention d'acquérir une participation majoritaire dans Reel One, acteur majeur de la production et de la distribution de fictions sur le marché nord-américain et international avec 90 % de ses revenus générés en dehors du Canada. Tom Berry est confirmé dans ses fonctions de CEO de Reel One au sein du groupe Newen.

L'acquisition de Reel One par Newen reste soumise à l'autorisation du Ministère du Patrimoine canadien dans le cadre de la Loi sur Investissement Canada.

Août

12 août 2019

Suite à l'avis favorable du CSA en date du 17 juillet 2019 et l'autorisation rendue le 12 août 2019 par l'Autorité de la concurrence, les Groupes TF1, M6 et France Télévisions annoncent que l'entreprise commune Salto va

pouvoir démarrer son activité. Avec SALTO, les Groupes France Télévisions, M6 et TF1 conjugueront leurs forces et proposeront une réponse locale ambitieuse aux nouvelles attentes du public, tout en renforçant leur participation à la création française et européenne.

Septembre

17 septembre 2019

Lors du premier Conseil de Surveillance de SALTO, réuni le 16 septembre 2019, Gilles Pélisson, Président Directeur Général du Groupe TF1, a été élu Président du Conseil de surveillance de SALTO pour une durée de deux ans. La Direction opérationnelle de la société a été confiée à Thomas Follin, jusqu'alors membre du Comité Exécutif du Groupe M6. Ce dernier a pris ses fonctions le lundi 16 septembre, avec pour objectif de lancer la plateforme au 1er trimestre 2020.

Octobre

2 Octobre 2019

Pour la deuxième année consécutive, le groupe TF1 figure dans le palmarès mondial 2019 des entreprises les plus respectueuses de l'égalité hommes-femmes. Premier groupe media, 3^{ème} entreprise française, et 24^{ème} au niveau international, le Groupe obtient un score de 64%, en progression par rapport à 2018 (source Equileap).

3 Octobre 2019

A l'occasion de la 10^{ème} édition des Grands Prix de la Transparence, le groupe TF1 s'est distingué en remportant pour la cinquième fois le Grand Prix CAC MID 601. Les Grands Prix de la Transparence, organisés par la société Labrador, récompensent chaque année la qualité et la facilité d'accès à l'information réglementée pour toutes les catégories de lecteurs.

4 Octobre 2019

Newen a finalisé l'acquisition de Reel One en obtenant l'autorisation de l'opération par le Ministère du Patrimoine canadien.

D'autre part, les groupes TF1 et Canal ont acquis auprès de l'UEFA les droits de diffusion de l'UEFA Euro Féminin 2021. Le groupe TF1 proposera, en exclusivité en clair sur ses antennes, les 14 meilleures affiches de la compétition.

11 Octobre 2019

Une nouvelle Direction Générale est mise en place au sein de Vertical Station. Unify, représentée par son Président, Olivier Abecassis, prend la Présidence de Vertical Station tandis que Nicolas Capuron est nommé Directeur Général de Vertical Station en complément de ses fonctions de Directeur en charge de la production vidéo et de la stratégie d'Unify.

24 Octobre 2019

Newen annonce la signature d'un accord stratégique avec Anton, producteur et financier européen spécialisé dans le financement, la coproduction et la distribution cinéma et audiovisuel.

Novembre

13 Novembre 2019

Le groupe TF1 signe le manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique. A l'initiative du gouvernement et du Salon du handicap, cette charte d'engagements opérationnels vise à assurer une meilleure inclusion des personnes en situation de handicap dans les entreprises.

27 Novembre 2019

Les groupes TF1 et M6 annoncent l'acquisition des droits de diffusion du prochain UEFA EURO 2020 qui aura lieu du 12 juin au 12 juillet 2020. Les deux groupes médias se partageront, en exclusivité en clair, les 23 meilleures affiches de la compétition.

28 Novembre 2019

Le groupe TF1 a acquis auprès de BeIN Sports les droits de diffusion de matchs des Championnats d'Europe de handball masculin et féminin sur la période 2020 à 2024 (3 compétitions masculines et 3 compétitions féminines).

29 Novembre 2019

Le groupe TF1 acquiert la finale de la Ligue des Champions de 2022 à 2024, soit 3 finales.

Décembre

4 Décembre 2019

Le groupe TF1 signe la charte du CSA relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels. A travers cette charte élaborée par le CSA, les principaux groupes médias audiovisuels ont pris des engagements visant à rendre la question du handicap plus visible sur leurs antennes.

1.3. Analyse des résultats consolidés

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 telle que présentée en note 4 – secteurs opérationnels des notes annexes aux états financiers consolidés et selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé 2019 du groupe TF1 s'élève à 2 337,3 millions d'euros, en hausse de 49,0 millions d'euros¹. Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 1 658,1 millions d'euros, en léger recul sur un an (-0,2%). Cette variation traduit à la fois :

- La baisse du chiffre d'affaires publicitaire des Antennes, cette année, reflétant une base de comparaison élevée pour la chaîne TF1 partiellement compensée par des revenus publicitaires des chaînes TNT² et de MYTF1 en croissance ;
- Un segment digital Unify en hausse, bénéficiant, pour la première année, du plein effet de sa consolidation.

Coût des programmes et autres produits et charges d'exploitation

Coût des programmes

Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 985,5 millions d'euros, en ligne avec la guidance. Les économies de 28,8 millions d'euros générées sur un an s'expliquent principalement par la diffusion, l'année dernière, de la Coupe du Monde de Football masculine. Le quatrième trimestre 2019 a été marqué par davantage d'investissements stratégiques en programmes afin d'attirer un large public et maintenir une part d'audience sur cibles à un niveau élevé.

Autres charges, amortissements et provisions

En 2019, les autres charges, amortissements et provisions sont en hausse de 21,5 millions d'euros, principalement en lien avec la consolidation du groupe AUFEMININ depuis mai 2018 et les opérations de croissance externe

¹ Dont 53,3 millions d'euros d'effet périmètre (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

complémentaires réalisées depuis le début de l'année au sein des pôles Digital (Unify) et Production.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 255,1 millions d'euros, en progression de 56,3 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle courante est en augmentation significative sur cette même période à 10,9%, en hausse de 2,2 points par rapport à l'année précédente, confirmant l'atteinte de l'objectif d'un taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel 2019 du Groupe s'établit à 255,1 millions d'euros. Pour rappel, il intégrait l'année dernière 22,0 millions d'euros de charges non courantes correspondant à l'amortissement des droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen.

Résultat net

Le résultat net part du Groupe s'établit à 154,8 millions d'euros, en croissance de 27,4 millions d'euros.

Structure financière

Au 31 décembre 2019, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 562,4 millions d'euros pour un total de bilan de 3 344,1 millions d'euros.

Avant prise en compte des obligations locatives (norme IFRS16), le groupe TF1 affiche une dette nette de 126,3 millions d'euros au 31 décembre 2019 (dette nette de 225,8 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives), contre une dette nette de 27,5 millions d'euros à fin décembre 2018 (dette nette de 130,9 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives). Cette hausse s'explique principalement par les acquisitions de De Mense et Reel One réalisées cette année.

² TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI.

Au 31 décembre 2019, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 040 millions d'euros, dont 170 millions d'euros pour le pôle Newen.

Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées et non tirées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le Groupe Bouygues.

Au 31 décembre 2019, les tirages ont été réalisés à hauteur de 124 millions d'euros pour le pôle Newen.

Retour aux actionnaires

Afin de rémunérer les capitaux investis, le Conseil d'Administration propose à l'Assemblée Générale Mixte du 17 avril 2020 de verser un dividende de 0,50 euro par action, en progression de 25% versus 2018, représentant 68% du résultat net.

Les dates de détachement, d'arrêté des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 4 mai, 5 mai et 6 mai 2020.

Actionnariat

	Situation au 31 décembre 2019		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,7%	43,7%
Salariés TF1	16 564 929	7,9%	7,9%
<i>dont FCPE TF1 (3)</i>	16 294 686	7,8%	7,8%
<i>dont salariés au nominatif (4)</i>	270 243	0,1%	0,1%
Flottant	101 730 848	48,4%	48,4%
<i>dont flottant étranger (1)</i>	62 019 036	29,5%	29,5%
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	39 711 812	18,9%	18,9%
Autodétention	0	0,0%	0,0%
Total	210 242 074	100,0%	100,0%

	Situation au 31 décembre 2018		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 946 297	43,8%	43,8%
Salariés TF1	15 312 888	7,3%	7,3%
<i>dont FCPE TF1 (3)</i>	15 121 278	7,2%	7,2%
<i>dont salariés au nominatif (4)</i>	191 610	0,1%	0,1%
Flottant	102 669 755	48,9%	48,9%
<i>dont flottant étranger (1)</i>	63 826 445	30,4%	30,4%
<i>dont flottant France (1) (2)</i>	38 843 310	18,5%	18,5%
Autodétention	0	0,0%	0,0%
Total	209 928 940	100,0%	100,0%

	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%

(1) Incluant les porteurs non-identifiés.

(2) Estimations relevé Euroclear.

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

(4) Pour les salariés détenant des actions sous la forme nominative, le droit de vote s'exerce individuellement.

Evénements majeurs survenus depuis la clôture

Aucun évènement postérieur à la clôture n'a été identifié.

1.4. Information sectorielle

Antennes

Chiffre d'affaires

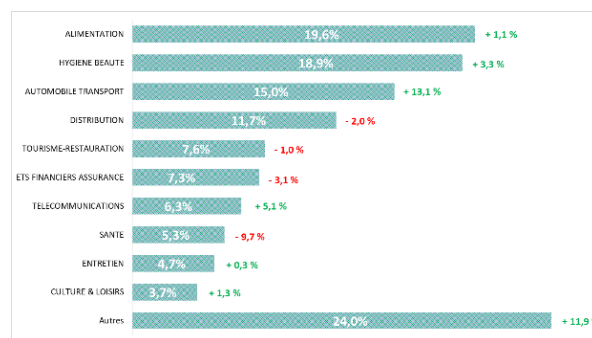
Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 1 774,2 millions d'euros, en progression de 10,5 millions d'euros (+0,6%).

- Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, en 2019, à 1 567,4 millions d'euros (-1,3%). En 2018, TF1 avait bénéficié du succès de la diffusion de la Coupe de Monde de Football masculine. Au quatrième trimestre cette année, l'environnement social a impacté la demande des annonceurs conduisant à un recul des recettes publicitaires de la chaîne TF1. Les revenus des chaînes de la TNT (TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI) continuent de progresser en lien avec la hausse des audiences et des tarifs. Enfin, les recettes publicitaires de MYTF1 sont en progression, avec une accélération depuis la refonte de la plateforme en juin dernier. Cette bonne performance est liée à la croissance du nombre de vidéos vues (+24% sur un an) couplée à une hausse du CPM (coût pour mille impressions) grâce à une meilleure exploitation de la data récupérée auprès des 27 millions de profils inscrits.

- Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en progression de 31,3 millions d'euros sur un an. Cette hausse résulte à la fois de la contribution en année pleine des revenus issus des accords signés avec les opérateurs de télécommunication et Canal+, et de la revente des droits de la Coupe du Monde de Football féminine à Canal + au deuxième trimestre.

Sur l'année 2019, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes augmenter de 3,6% par rapport à 2018.

L'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) par secteur sur 2019, pour les cinq chaînes en clair, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, 2019 vs. 2018.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 185,5 millions d'euros, en forte progression de 34,5 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante de 10,5% (+1,9 point sur un an). Ce taux a doublé depuis 2016, reflétant la transformation des Antennes vers un modèle plus pérenne.

Marché des chaînes en clair¹

Sur l'année 2019, la durée d'écoute de la télévision reste à un bon niveau et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3h30, en retrait de 6 minutes sur un an via exclusivement la consommation en *live*. La consommation en différé (*catch-up TV* et enregistrement) est en progression sur un an (+2 minutes). Sur la cible des Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans (FRDA<50), la durée d'écoute de la télévision s'élève à 3h08, en retrait de 14 minutes sur un an, principalement sur le *live*.

Ces données n'incluent pas la consommation en mobilité, c'est à dire sur les autres supports (ordinateurs, tablettes, smartphones, etc.) en *live* et en *replay*, ni la consommation effectuée hors domicile, tous supports confondus. Médiamétrie estime cette consommation hors domicile à 10 minutes. Au cours des deux prochaines années, Médiamétrie va faire évoluer la mesure d'audience et prendra progressivement en compte la consommation en mobilité et hors domicile.

Audiences des chaînes en clair²

Dans un marché très compétitif, le groupe TF1 recueille les fruits de sa stratégie multichaînes et de sa transformation éditoriale.

Malgré une base de comparaison élevée liée à la diffusion de la Coupe du Monde de Football masculine l'an dernier, le Groupe est parvenu à maintenir son *leadership* sur l'ensemble des publics clés :

¹ Source : Médiamétrie - Médiamat

² Source : Médiamétrie

- 29,4% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,1 pt vs 2018) ;
- 32,6% de part d'audience sur les FRDA<50 (iso 2018).

Ces performances illustrent la capacité du Groupe à se transformer pour mieux répondre aux nouvelles attentes du public.

TF1

TF1 confirme sa capacité de rassemblement unique dans tous les genres de programmes et auprès de tous les publics (19,5% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus ; 22% de part d'audience sur les FRDA<50).

TF1 détient ainsi l'intégralité du Top 100 des audiences de l'année sur le public des FRDA<50, 98/100 sur les Individus âgés de 25 à 49 ans et 84/100 sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

En 2019, TF1 s'est particulièrement illustrée par des prises de risque gagnantes détaillées ci-dessous.

- **Sport** : l'année 2019 est incontestablement marquée par le succès de la Coupe du Monde de Football féminine, l'un des paris gagnants de TF1. Elle affiche la meilleure audience de l'année avec 10,7 millions de téléspectateurs lors du match France-Etats-Unis. De façon plus générale, le Top 100 des audiences de l'année valide la stratégie d'acquisition de droits sportifs de TF1, la chaîne plaçant également des matchs de football avec l'Equipe de France masculine et la Coupe du Monde de Rugby.
- **Fictions françaises** : les fictions françaises sont un genre de plus en plus plébiscité par le public français, en témoignent les 56 places du Top 100 des meilleures audiences occupées par ce genre. Avec 46 des 56 meilleures audiences en fictions, TF1 met en avant une offre événementielle, puissante, diversifiée, ambitieuse et audacieuse en *prime time*. Cette offre séduit particulièrement le public féminin et les jeunes : jusqu'à 8,5 millions de téléspectateurs pour *Le Bazar de la charité* (36% de part d'audience sur les FRDA<50 et 38% sur les Individus âgés de 15 à 24 ans), jusqu'à 7,4 millions de téléspectateurs pour *Balthazar* (31% de part d'audience sur les FRDA<50) et jusqu'à 6,6 millions de téléspectateurs pour *Les Bracelets rouges* (35% de part d'audience sur les FRDA<50 et 49% sur les Individus âgés de 15 à 24 ans). De plus, 2019 est une année record pour le feuilleton quotidien en *access prime time*,

Demain nous appartient qui a rassemblé 3,8 millions de téléspectateurs.

- **Séries étrangères** : les nouveautés 2019 *Manifest* (jusqu'à 6,8 millions de téléspectateurs) et *SWAT* (jusqu'à 5,9 millions de téléspectateurs) réalisent les meilleures audiences des séries US, suivies de *Good Doctor* (5,4 millions de téléspectateurs), *L'Arme fatale* (5,1 millions de téléspectateurs) et de la nouveauté *New Amsterdam* (5 millions de téléspectateurs). Le genre est particulièrement attractif auprès du public féminin, avec 60 des audiences du Top 100 sur les FRDA<50, avec notamment *Grey's anatomy*.
- **Information** : l'offre d'information reste incontournable avec jusqu'à 7,6 millions de téléspectateurs pour le Journal de 20H, jusqu'à 6,3 millions de téléspectateurs pour le Journal de 13H. Les magazines se portent également bien avec jusqu'à 5,7 millions de téléspectateurs pour *20H Le Mag*, jusqu'à 4,8 millions de téléspectateurs pour *Grands Reportages* et 4,6 millions de téléspectateurs pour *Sept à Huit*.
- **Divertissement** : l'année 2019 est marquée à la fois par le renouveau du divertissement et la confirmation des émissions emblématiques : *Les Enfoirés* réalise la 1^{ère} audience de divertissement de l'année (9,4 millions de téléspectateurs). *Mask Singer* (jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs, 42% de part d'audience sur les FRDA<50 et 57% sur les Individus âgés de 4 à 14 ans) rejoint les grandes franchises que sont *The Voice* (6,1 millions de téléspectateurs) et *Koh Lanta* (6,5 millions de téléspectateurs). On retrouve encore parmi les meilleures audiences *Miss France* (6,9 millions de téléspectateurs) ou *C Canteloup* (6,4 millions de téléspectateurs). A la mi-journée, *Les 12 coups de midi* réalisent une année historique avec une part d'audience de 36% sur les Individus âgés de 4 ans et plus.
- **Cinéma** : on retrouve parmi les meilleures audiences du genre les films co-produits par TF1 : *Bienvenue chez les Ch'tis* (6,7 millions de téléspectateurs), *Raid Dingue* (6,6 millions de téléspectateurs) ou encore *Intouchables* (6,5 millions de téléspectateurs).

Chaînes TNT

Sur l'année 2019, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI, accroît son *leadership*. Il rassemble 10,6 % de part d'audience sur les FRDA<50 (+0,5 point sur

TF1 - Information financière 2019

un an) et 9,6 % de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,4 point sur un an).

TMC

TMC reste la chaîne *leader* des chaînes de la TNT avec une part d'audience record à 4,4% sur les FRDA<50, les Individus âgés de 25 à 49 et les Individus CSP+.

- Cette performance est liée à :
- l'enrichissement de l'offre sport : 1^{ère} audience de l'année sur les chaînes de la TNT avec le match de football amical France-Bolivie (3 millions de téléspectateurs), des matchs de la Coupe du Monde de Football féminine (jusqu'à 1,9 million de téléspectateurs) et de la Coupe du Monde de Rugby (1,8 million de téléspectateurs) ;
 - la poursuite des bonnes performances de *Quotidien* (record historique de l'émission qui rassemble jusqu'à 2 millions de téléspectateurs) et de *Burger Quiz* (jusqu'à 1,5 million de téléspectateurs) ;
 - le cinéma reste très performant : la meilleure audience cinéma de la TNT est réalisée par *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* (2,9 millions de téléspectateurs).

TFX

La chaîne conserve sa place de troisième chaîne de la TNT sur la cible des FRDA<50 (avec 3,3 % de part d'audience) et sa 3^{ème} place sur les jeunes âgés de 15 à 24 ans (avec 3,7% de part d'audience) grâce au :

- Cinéma, à l'image d'*Assassin's Creed* ou *Jurassic Park III* (1,1 million de téléspectateurs) ;
- Magazine de *prime time*, *Appels d'urgence* qui figure dans le Top 10 des audiences de la TNT avec jusqu'à 1 million de téléspectateurs ;
- En *access*, aux émissions de télé-réalité très attractives sur les 15-24 ans : 11% de part d'audience sur cette cible pour *La Villa des cœurs brisés* et 12% pour *La Bataille des couples*.

TF1 Séries Films

La chaîne réalise un record historique sur le public féminin des FRDA<50 (2,6% de part d'audience) et les Individus âgés de 25 à 49 ans (2,1% de part d'audience). La meilleure audience de la chaîne est réalisée par le film *L'Arme fatale III* (1 million de téléspectateurs). De plus, les séries françaises phares de TF1 en 2^{ème} diffusion réalisent également parmi les meilleures audiences, à l'image de *Section de Recherches* (800 000 téléspectateurs).

LCI

LCI affiche la plus forte progression des chaînes d'information et un record historique (1% de part d'audience sur les 4+) ; une position de 2^{ème} chaîne d'information confirmée sur l'ensemble du public comme, désormais, sur les CSP+.

Les grandes soirées de débat permettent à LCI de se classer 1^{ère} chaîne d'information avec en tête *Edouard Philippe face aux Français* (849 000 téléspectateurs). Année record également pour *La Matinale* avec jusqu'à 132 000 téléspectateurs et 4,1% de part d'audience et *24h Pujadas* (jusqu'à 326 000 téléspectateurs et +0,3 point de part d'audience en 1 an).

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe, etc.) est en légère hausse sur un an, notamment sur la partie radio.

TF1 Films Production¹

En 2019, la fréquentation des salles de cinéma progresse de 6,0 % pour atteindre 213 millions d'entrées, soit le deuxième plus haut niveau depuis 1966 (234 millions) après 2011 avec 217 millions. Les films français réalisent 75 millions d'entrées (-5,7 %), soit une part de marché de 35,0 % contre 39,3 % en 2018. Le seul film français figurant parmi les cinq premiers *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* avec 6,7 millions d'entrées est produit par TF1 Films Production. Les cinq premiers films français totalisent 15,5 millions d'entrées.

En 2019, un seul film français réalise plus de trois millions d'entrées (contre quatre en 2018) et 16 films français plus d'un million d'entrées (contre 11 en 2018).

Deux films co-produits par TF1 Films Production sont sortis en salle sur le T4 2019 :

- *Hors normes* le 12/10/2019 (2,1 millions d'entrées) ;
- *Rendez-vous chez les Malawas* le 25/12/2019 (492 000 entrées).

A fin 2019, les 8 films coproduits par TF1 Films Production sortis en salle totalisent 12,3 millions d'entrées (dont deux films millionnaires : *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* et *Hors Normes*) contre 13 films sortis à fin 2018 qui avaient totalisé 25,4 millions d'entrées (dont 5 films millionnaires).

Sur 2019, la contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires est en retrait mais la contribution au résultat opérationnel est en nette amélioration.

TF1 Production

¹ Source : CBO Box Office

En 2019, TF1 Production a produit environ 500 heures de programmes contre près de 460 heures en 2018. La hausse est portée par la narration (livraison de la saison 2 de *Les Plus belles vacances* avec 40 épisodes contre une saison 1 de seulement 10 épisodes), les magazines (notamment lancement des *Docs du week-end*) et le développement de l'activité de captation de concerts (Gims, M, Big Flo et Oli, Soprano, etc.)

Si la contribution de TF1 Production au chiffre d'affaires est en retrait par rapport à l'an dernier (2018 était une année riche en actualité sportive avec les matchs et magazines de Coupe du Monde 2018, le championnat d'Europe de Handball ainsi que le retour de la Formule 1 sur TF1), sa contribution au résultat opérationnel du Groupe enregistre une hausse sur un an.

e-TF1

Le groupe TF1 poursuit sa stratégie digitale en lien avec les Antennes du Groupe. Afin d'accompagner au mieux l'évolution des usages, le Groupe a procédé à la refonte de sa plateforme MYTF1 afin de proposer une expérience utilisateur plus individualisée et plus personnalisée.

MYTF1 réalise une performance record sur l'année avec 1,8 milliard de vidéos vues, en croissance de +24% sur un an, soutenue par des succès tels que *Petits Plats en équilibre* ou *Les 12 coups de midi*. MYTF1 réalise 8 des 10 plus fortes audiences en *replay*, parmi lesquelles *Manifest* (1,5 million de téléspectateurs), *Le Bazar de la Charité* (1,4 million de téléspectateurs) ou encore *Koh Lanta* (1,1 million de téléspectateurs).

En 2019, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de e-TF1 sont en progression sur un an.

Chaînes Thématiques (TV Breizh, Ushuaïa TV et Histoire TV)

L'ensemble des chaînes payantes réalise en France une part d'audience de 10,3 % en 2019 sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, en légère progression sur un an¹.

En 2019, les audiences sont en hausse sur les 3 chaînes thématiques.

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel des chaînes thématiques du groupe TF1 sont en légère augmentation par rapport à 2018.

¹ Médiamétrie – Médiamat.

Studios et Divertissements

Studios

Newen Studios

En 2019, Newen a poursuivi son développement à l'international grâce à l'acquisition de De Mensen en Belgique et Reel One au Canada.

En plus des émissions à succès (*Demain Nous Appartient*, *Candice Renoir*, *Ça ne sortira pas d'ici*), l'année a été marquée par une diversification des clients, notamment les plateformes et des créations originales à succès telles que *Osmosis*, *Undercover* ou encore *Ares*.

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel du groupe Newen sont en hausse par rapport à l'année dernière.

TF1 Studio

L'année 2019 compte 11 sorties en salle contre 10 l'année dernière, pour un total de 4 millions d'entrées contre 3,1 millions en 2018.

La vente de vidéos physiques, les ventes à l'international, ainsi que la VOD sont en recul par rapport à l'année dernière.

Ainsi, le chiffre d'affaires est en retrait par rapport à celui de 2018.

Cependant, grâce aux efforts effectués afin de limiter les pertes, notamment sur les ventes de vidéos physiques, le résultat opérationnel est en amélioration par rapport à 2018.

Divertissements

TF1 Entertainment

TF1 Entertainment réalise une bonne année 2019 avec une croissance de son chiffre d'affaires et de son résultat opérationnel, principalement grâce à :

- Play Two : bonne performance des spectacles grâce aux tournées de Gims et Aya Nakamura ;
- La Seine Musicale : bonnes performances de l'activité location avec *War Horse*, *Mamma Mia*, *Les Victoires de la Musique* et *Le Lac des Cygnes* ;
- Games / Dujardin : année record des ventes France grâce au succès des jeux *Burger Quiz*, *Escape Game* et le lancement réussi de la gamme *Limite/Limite*.

Digital (Unify)

L'année 2019 a été principalement consacrée à la réorganisation et la structuration d'un pôle digital afin d'asseoir la croissance sur les années à venir, notamment grâce au renforcement des équipes de management.

L'année 2019 a été marquée par :

- La mise en place d'une régie publicitaire unique (Unify Advertising) regroupant et commercialisant, via un point d'entrée unique, l'ensemble des marques et services du pôle Unify ;
- La refonte de l'identité de marque Marmiton accompagnée d'une hausse des audiences (21,4 millions d'utilisateurs mensuels) et des revenus, la plaçant dans le Top 15 des marques digitales les plus puissantes en France ;
- La croissance de Gamned! notamment grâce à son développement à l'international ;
- L'installation de deux nouvelles marques fortes en e-commerce, Gambettes Box et Beautiful Box, permettant d'accompagner la croissance des ventes de box en complément de My Little Box ;
- La stabilisation des revenus publicitaires de Aufeminin.

Les revenus du Digital Unify sont en progression sur un an. Cette hausse provient principalement de l'impact en année pleine de la consolidation de ce segment contre un impact de 8 mois uniquement en 2018. Le résultat opérationnel est en retrait ; la réorganisation du pôle ayant pesé, cette année, sur la rentabilité.

1.5. Responsabilité sociétale de l'entreprise

Comité TF1 Initiatives

Un comité TF1 Initiatives a réuni en novembre dernier la direction RSE et des collaborateurs du groupe TF1 avec, comme thème majeur, l'écologie. A ce titre plusieurs entités du groupe (les directions des achats, des affaires générales, TF1 Production ...) sont venues présenter les actions mises en œuvre en faveur de l'environnement dans le cadre de leurs missions respectives.

Le groupe Unify a également présenté les initiatives de :

- Marmiton dont la ligne éditoriale est axée sur la transmission de la culture et le goût de la cuisine maison ainsi que la sensibilisation à l'impact de l'alimentation sur nos vies ;
- Vertical Station qui a lancé le média « Juste mieux » sur Facebook et Instagram et qui vise à susciter un changement des habitudes de consommation pour adopter un comportement éco-responsable.

Une présentation a également été faite par une intervenante extérieure sur la mode responsable dont le but était de mettre en avant de bonnes pratiques pour réduire l'empreinte écologique de la mode.

Consommation responsable

Soucieuse de soutenir la consommation responsable, la régie publicitaire TF1 Pub, a introduit dans ses conditions générales de vente 2020 une offre réservée aux produits porteurs d'un label environnemental référencé par l'ADEME.

Les produits éligibles pourront donc bénéficier d'une mise en avant au sein des écrans publicitaires grâce à un habillage spécifique.

Actions en faveur de la représentation des personnes handicapées au sein de l'entreprise et sur les antennes

Gilles Péliçon a signé pour le groupe TF1 un « manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique » à l'initiative de Sophie Cluzel, Secrétaire d'Etat en charge des personnes handicapées, afin de soutenir l'inclusion dans la sphère économique des personnes en situation de handicap.

TF1 a, en outre, signé, en décembre dernier une charte visant à améliorer la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels à la demande du CSA.

1.6. Point social

Au 31 décembre 2019, le groupe TF1 compte 3 207 collaborateurs en CDI.

1.7. Performances boursières

Au 31 décembre 2019, l'action TF1 clôture à 7,40 euros, soit une hausse de 4,5 % en un an.

Le CAC 40 est en hausse sur cette même période de 26,4 % et le SBF 120 de 25,2 %.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 31 décembre 2019, de 1,556 milliard d'euros, en hausse de 4,7 % par rapport à la capitalisation boursière du 31 décembre 2018.

1.8. Perspectives

Les résultats annuels de 2019 confirment la capacité du groupe TF1 à améliorer sa rentabilité conformément à son objectif.

Le Groupe s'inscrit dans une dynamique de croissance pérenne avec des opportunités, tant en contenus qu'en tech et data, qui lui permettront de se positionner comme un acteur majeur du marché de la vidéo.

Le Groupe annonce les guidances suivantes :

En 2020 :

- un taux de marge opérationnelle courante à 2 chiffres ;
- un coût des programmes à 985 millions d'euros ;

En 2021 :

- un chiffre d'affaires du pôle Digital (Unify) d'au moins 250 millions ;
- un taux de marge d'EBITDA du pôle Digital (Unify) d'au moins 15% ;
- une amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés⁷ du groupe TF1 par rapport à celle de 2018 (8,8%).

⁷ ROCE = (ROC courant - impôt théorique + résultat des entités associées) de l'année N / moyenne des capitaux engagés sur les années N et N-1 avec capitaux engagés = capitaux propres

1.9. Evolution du capital

Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2019, 728 385 actions ont été créées consécutivement à des levées d'options de souscription d'actions et à l'attribution définitive d'actions de performance et 415 251 actions autodétenues ont été annulées.

Au 31 décembre 2019, les nombres d'actions et de droits de vote s'élèvent à 210 242 074, TF1 ne détenant aucune de ses actions. Le montant du capital social est de 42 048 414,80 euros.

1.10. Gouvernance

Après avoir recueilli l'avis du Comité de Sélection et des Rémunérations, le Conseil d'Administration proposera à l'Assemblée Générale du 17 avril 2020, de renouveler, pour une durée de trois ans, les mandats d'administrateurs de Catherine Dussart et d'Olivier Bouygues.

Le Conseil a examiné la situation de Catherine Dussart au regard de son indépendance et a conclu qu'elle continuerait de n'avoir aucune relation d'affaires avec le groupe TF1 et poursuivrait l'exercice de son mandat en qualité d'Administratrice indépendante au regard de tous les critères définis par le Code AFEP/MEDEF.

Sous réserve de leur nomination par les actionnaires, le Conseil d'Administration de TF1 continuerait de compter, parmi ses administrateurs non représentants du personnel, 4 administratrices indépendantes, soit une proportion de 44 % de femmes et de 44% d'indépendance (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 2020. 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 19 mars 2020. L'Assemblée Générale du 17 avril 2020 aura connaissance des noms des administrateurs représentants du personnel élus, pour deux ans.

y compris minoritaires + dette nette fin de période. Le ROCE du groupe TF1 s'élève à 8,8% en 2018.

1.11. Calendrier prévisionnel

- **17 avril 2020** : Assemblée Générale
- **29 avril 2020** : Résultats du premier trimestre 2020
- **23 juillet 2020** : Résultats du premier semestre 2020
- **28 octobre 2020** : Résultats des 9 premiers mois 2020

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

2. Comptes consolidés 2019

Les comptes ont été audités et les rapports de certification ont été émis sans réserve par les Commissaires aux comptes. Ils sont établis selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019.

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice 2019	Retraité Exercice 2018 ⁽¹⁾
Recettes publicitaires		1 658,1	1 662,2
Autres revenus		679,2	626,1
Chiffre d'affaires	5.1	2 337,3	2 288,3
Autres produits de l'activité		40,1	44,7
Achats consommés et variation de stocks	5.2	(953,6)	(957,7)
Charges de personnel	5.3	(484,8)	(470,7)
Charges externes	5.4	(434,5)	(396,3)
Impôts et taxes	5.5	(126,1)	(132,7)
Dotations nettes aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles		(243,2)	(213,0)
Dotations nettes aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		(19,1)	(17,1)
Dotation nette aux provisions		(33,8)	(70,6)
Autres produits d'exploitation	5.6	291,9	253,5
Autres charges d'exploitation	5.6	(119,1)	(129,6)
Résultat opérationnel courant		255,1	198,8
Autres produits opérationnels	5.7	-	-
Autres charges opérationnelles	5.7	-	(22,0)
Résultat opérationnel		255,1	176,8
Produits sur endettement financier		0,7	0,2
Charges sur endettement financier		(2,3)	(2,2)
Coût de l'endettement financier net	5.8	(1,6)	(2,0)
Charges d'intérêts sur obligations locatives		(3,7)	(4,0)
Autres produits financiers	5.9	1,4	7,0
Autres charges financières	5.9	(7,9)	(2,2)
Impôt	5.11	(82,0)	(47,9)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées		(6,1)	0,2
Résultat net des activités poursuivies		155,2	127,9
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession		-	-
Résultat net		155,2	127,9
attribuable au Groupe :		154,8	127,4
Résultat net des activités poursuivies		154,8	127,4
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-
attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :		0,4	0,5
Résultat net des activités poursuivies		0,4	0,5
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		210 301	209 891
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	7.4.2	0,74	0,61
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	7.4.2	0,74	0,61
Résultat des activités en cours de cession par action (en euros)		-	-
Résultat des activités en cours de cession dilué par action (en euros)		-	-

⁽¹⁾ Retraité en l'application de la norme IFRS 16.

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice 2019	Exercice 2018 ⁽¹⁾
Résultat net consolidé	155,2	127,9
Eléments non recyclables en résultat net		
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel ⁽²⁾	(9,7)	(3,8)
Variation nette de juste valeur sur instruments de capitaux propres ⁽³⁾	(26,5)	(7,4)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	3,5	1,0
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 ⁽⁴⁾	(1,4)	6,6
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,8	0,6
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	0,4	(2,3)
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres		
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(32,8)	(5,3)
Total des produits et charges comptabilisés	122,4	122,6
<i>attribuable au Groupe</i>	121,9	122,0
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	0,5	0,6

⁽¹⁾ Retraité en application de la norme IFRS 16.

⁽²⁾ Correspond à la variation des hypothèses actuarielles, dont la baisse du taux d'actualisation qui est passé de 2,10% au 31 décembre 2018 à 0,92 % au 31 décembre 2019 (cf. note 7.3.7.2).

⁽³⁾ En 2019, les variations de juste-valeur des titres de participations non consolidés ont été enregistrées en contrepartie des capitaux propres pour (26,5) millions d'euros (cf. note 7.3.6.2).

⁽⁴⁾ Dont recyclage en résultat des couvertures de flux de trésorerie pour 1,3 million d'euros à fin 2019, (7,8) millions d'euros à fin 2018.

Etat consolidé des flux de trésorerie

(en millions d'euros)	<i>Notes</i>	Exercice 2019	Exercice 2018 ⁽¹⁾
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		155,2	127,9
Dotations (reprises) aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles et aux provisions non courantes	6.2.1	283,0	279,5
Dotations aux amortissements, dépréciations et autres ajustements des droits d'utilisation des actifs loués		19,1	17,1
Résultat de cessions d'actifs		5,0	(1,3)
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes		1,3	1,0
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	6.2.2	(43,7)	(44,4)
Impôts versés		(85,3)	(67,3)
Charge d'impôt (y compris impôts différés et dettes sur positions fiscales incertaines)		82,0	47,9
CAF après cout de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net, charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés		416,6	360,4
Coût de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net et charges d'intérêts sur obligations locatives		5,3	6,0
Variation du BFR lié à l'activité ⁽²⁾	6.2.3	(32,3)	16,9
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		389,6	383,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(246,3)	(212,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		1,3	2,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		(0,7)	(2,4)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		0,2	5,7
Incidence des variations de périmètre	6.3.1	(37,7)	(261,3)
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		(51,3)	(326,4)
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		0,5	1,5
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		-	-
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		13,1	63,6
Dividendes reçus		0,1	0,1
Autres flux liés aux opérations d'investissement		(3,8)	(0,4)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(286,9)	(468,7)
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		3,5	0,4
Rachats et reventes d'actions propres		(3,5)	-
Autres opérations entre actionnaires		(19,8)	(182,0)
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	7.4.4	(84,0)	(73,5)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts		46,8	-
Remboursements d'emprunts		(31,1)	(22,0)
Remboursement des obligations locatives		(18,4)	(16,2)
Intérêts financiers nets versés		(4,9)	(6,0)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		(111,4)	(299,3)
Incidence des variations des cours des devises		0,3	0,2
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES		(8,4)	(384,5)
Trésorerie au début de l'exercice		111,0	495,5
Variation de la trésorerie		(8,4)	(384,5)
Trésorerie à la clôture de l'exercice		102,6	111,0

⁽¹⁾ Retraité en application de la norme IFRS 16.

⁽²⁾ Actif courant - passif courant, hors impôts et hors dettes financières courantes et instruments financiers sur couverture de dettes classés en financement

Bilan consolidé

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2019.12	2018.12 ⁽¹⁾
Goodwill	7.3.1	845,2	817,1
Immobilisations incorporelles		312,5	287,3
Droits audiovisuels	7.1.1	157,4	144,2
Autres immobilisations incorporelles	7.3.2	155,1	143,1
Immobilisations corporelles	7.3.3	206,2	191,5
Droits d'utilisation des actifs loués	7.3.4	93,8	98,2
Participations dans les coentreprises et les entreprises associées	7.3.5	12,3	20,8
Actifs financiers non courants	7.3.6	37,3	40,5
Actifs d'impôt non courants		-	-
Total actifs non courants		1 507,3	1 455,4
Stocks et en-cours		521,4	520,9
Programmes et droits de diffusion	7.1.2	508,2	505,8
Autres stocks		13,2	15,1
Clients et autres débiteurs	7.2.1	1 205,0	1 141,9
Actifs d'impôt courants		4,8	17,6
Autres actifs financiers courants		0,3	2,2
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7.5.1	105,3	117,3
Total actifs courants		1 836,8	1 799,9
Actifs d'activités en cours de cession		-	-
TOTAL ACTIF		3 344,1	3 255,3
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		(126,3)	(27,5)

⁽¹⁾ Retraité en application de la norme IFRS 16.

Bilan consolidé (suite)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2019.12	2018.12 ⁽¹⁾
Capital	7.4.1	42,0	42,0
Primes et réserves		1 365,6	1 405,2
Résultat consolidé de l'exercice		154,8	127,4
Total capitaux propres part du groupe		1 562,4	1 574,6
Participations ne donnant pas le contrôle		1,7	0,6
Total capitaux propres		1 564,1	1 575,2
Dettes financières non courantes	7.5.1	200,1	126,9
Obligations locatives non courantes	7.5.3	79,4	84,8
Provisions non courantes	7.3.7	50,9	41,1
Passifs d'impôt non courants	5.11	47,1	43,7
Total passifs non courants		377,5	296,5
Dettes financières courantes	7.5.1	31,5	17,9
Obligations locatives courantes	7.5.3	20,1	18,6
Fournisseurs et autres créditeurs	7.2.2	1 335,9	1 326,9
Provisions courantes	7.2.3	14,8	20,2
Passifs d'impôt courants		-	-
Autres passifs financiers courants		0,2	-
Total passifs courants		1 402,5	1 383,6
Passifs d'activités en cours de cession		-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 344,1	3 255,3

⁽¹⁾ Retraité en application de la norme IFRS 16.

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

(en millions d'euros)	Capital	Primes	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 2017 ⁽¹⁾	42,0	16,4	1 545,5	(16,4)	1 587,5	(0,1)	1 587,4
Impact IFRS 16 sur capitaux propres à l'ouverture ⁽²⁾	-	-	(0,8)	-	(0,8)	(1,9)	(2,7)
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2017 RETRAITE	42,0	16,4	1 544,7	(16,4)	1 586,7	(2,0)	1 584,7
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	0,4	-	-	0,4	-	0,4
Paiements fondés sur des actions	-	-	4,3	-	4,3	-	4,3
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	(73,5)	-	(73,5)	-	(73,5)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	(67,9)	-	(67,9)	1,6	(66,3)
Total opérations avec les actionnaires	-	0,4	(137,1)	-	(136,7)	1,6	(135,1)
Résultat net consolidé	-	-	127,4	-	127,4	0,5	127,9
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	(5,3)	(5,3)		(5,3)
Autres opérations (périmètre et divers)	-	-	2,5	-	2,5	0,5	3,0
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2018 RETRAITE	42,0	16,8	1 537,5	(21,7)	1 574,6	0,6	1 575,2

(en millions d'euros)	Capital	Primes	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 2018 RETRAITE	42,0	16,8	1 537,5	(21,7)	1 574,6	0,6	1 575,2
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	0,1	3,4	-	-	3,5	-	3,5
Paiements fondés sur des actions	-	-	2,8	-	2,8	-	2,8
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	(0,1)	-	(3,4)	-	(3,5)	-	(3,5)
Dividendes versés	-	-	(84,0)	-	(84,0)	-	(84,0)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	(74,3)	-	(74,3)	0,7	(73,6)
Total opérations avec les actionnaires	-	3,4	(158,9)	-	(155,5)	0,7	(154,8)
Résultat net consolidé	-	-	154,8	-	154,8	0,4	155,2
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	(32,8)	(32,8)	-	(32,8)
Autres opérations (périmètre et divers)	-	-	21,3	-	21,3		21,3
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2019	42,0	20,2	1 554,7	(54,5)	1 562,4	1,7	1 564,1

⁽¹⁾ Retraité des dispositions des normes IFRS 15 et IFRS 9, appliquées par le Groupe au 1er janvier 2018.

⁽²⁾ Impact des dispositions de la norme IFRS 16, appliquée par le Groupe au 1^{er} janvier 2019 de manière rétrospective complète (voir note 2.5.1).

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 42 048 414,80 € – 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

E-mail : comfi@tf1.fr

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