



LE GROUPE

Rapport d'activité
9 premiers mois 2020

Rapport financier – 9 premiers mois 2020

1. Information financière – 9 premiers mois 2020	3
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants des neufs premiers mois	5
1.3. Analyse des résultats consolidés.....	8
1.4. Information sectorielle.....	9
1.5. Perspectives.....	12
1.6. Evénements importants postérieurs à la clôture.....	13
1.7. Responsabilité sociétale de l'entreprise	13
1.8. Point social	14
1.9. Calendrier prévisionnel	14
2. Comptes consolidés condensés et annexes des 9 premiers mois...	15

1. Information financière – 9 premiers mois 2020

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>	9M 2020	9M 2019
Chiffre d'affaires consolidé	1 361,4	1 614,6
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	962,9	1 158,4
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	398,5	456,2
Résultat opérationnel courant	125,6	184,4
Résultat opérationnel	125,6	184,4
Résultat net part du Groupe	77,1	117,8
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	229,7	290,8
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	0,37	0,56
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	0,37	0,56
Total capitaux propres part du Groupe	1 627,9	1 581,1
Dette/Trésorerie nette des activités poursuivies ¹	(70,7)	(53,3)
	9M 2020	9M 2019
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 311	210 321
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	5,23	8,06
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	1,1	1,7

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 3 des notes annexes aux états financiers consolidés.

(M€)	T3 2020	T3 2019	Var. %	9M 2020	9M 2019	Var.	Var. %
Publicité Groupe	346,5	322,4	7,5%	962,9	1 158,4	(195,5)	-16,9%
Autres activités	131,4	147,0	-10,6%	398,5	456,2	(57,7)	-12,6%
Chiffre d'affaires consolidé							
Antennes	372,8	354,8	5,1%	1 056,1	1 245,6	(189,5)	-15,2%
<i>Dont publicité</i>	328,4	303,4	8,2%	914,5	1 094,8	(180,3)	-16,5%
Studios et Divertissements	67,8	76,5	-11,4%	199,6	245,3	(45,7)	-18,6%
Unify	37,3	38,1	-2,1%	105,7	123,7	(18,0)	-14,6%
Chiffre d'affaires consolidé	477,9	469,4	1,8%	1 361,4	1 614,6	(253,2)	-15,7%
Coût des programmes	(183,0)	(213,5)	-14,3%	(521,8)	(659,7)	137,9	-20,9%
Antennes	51,7	14,1	x3,5	127,6	156,6	(29,0)	-18,5%
Studios et Divertissements	7,2	7,7	-6,5%	7,2	25,0	(17,8)	-71,2%
Unify	(1,1)	(0,4)	x2,5	(9,2)	2,8	(12,0)	N/A
Résultat opérationnel courant	57,8	21,4	x2,5	125,6	184,4	(58,8)	-31,9%
Taux de marge opérationnelle courante	12,1%	4,6%	+7,5pts	9,2%	11,4%	-	-2,2pts
Résultat net part du Groupe	38,7	10,5	x3,5	77,1	117,8	(40,7)	-34,6%

Détail du coût des programmes

<i>En millions d'euros</i>	9M 2020	9M 2019
Total coût des programmes	521,8	659,7
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	170,5	209,7
Variétés / Jeux / Magazines	146,9	195,8
Information (incluant LCI)	96,0	101,4
Films	88,0	95,6
Jeunesse	7,2	7,3
Sport	13,1	49,9

1.2. Faits marquants des neufs premiers mois

Janvier

6 janvier 2020

Géraldine L'Henaff est nommée Directrice Générale de Unify Advertising, la régie publicitaire d'Unify et Martin Boronski rejoint Unify en tant que Chief Technical Officer (CTO).

28 janvier 2020

TF1 figure à la première place des marques françaises du TOP 50 / BAV 2019 des marques les plus puissantes et les plus connectées à leur public.

31 janvier 2020

Unify devient actionnaire à 100% de Vertical Station.

Février

10 février 2020

Lors de la 25^{ème} Cérémonie des Lauriers de l'Audiovisuel (Radio et Télévision), le groupe TF1 a été récompensé dans deux catégories : *Le Bazar de la Charité* a reçu le "Laurier de la meilleure série" et *Quotidien* le "Laurier du meilleur magazine".

11 février 2020

Le groupe TF1 a remporté 6 prix lors de la 27^{ème} édition des Trophées du Film Français.

12 février 2020

Newen crée la société de production Ringside Studios avec le producteur anglais Gub Neal et DoveTale Media (société de développement et de coproductions de fictions). Gub Neal est l'un des producteurs les plus reconnus du Royaume-Uni. Ringside Studios développera des fictions anglaises et internationales de grande qualité, potentiellement distribuées par Newen.

27 février 2020

En créant un partenariat avec la Maison des Femmes de Saint-Denis qui accueille les victimes de violences, Unify réaffirme sa volonté de donner tribune à toutes les femmes, à tous leurs combats, à travers ses marques media, ses communautés et ses événements.

Mars

23 mars 2020

Covid-19 : Le groupe TF1 est plus que jamais mobilisé. Dans cet environnement de crise, il est trop tôt pour apprécier l'ensemble de ces différents impacts sur les résultats du Groupe qui dépendront de multiples facteurs et notamment : de l'étendue et de la durée de l'épidémie, des mesures de prévention et d'accompagnement décidées par les gouvernements des pays où le Groupe exerce ses activités, des conditions d'éligibilité des collaborateurs aux différents dispositifs de chômage partiel.

Malgré l'impact économique significatif que représente cette crise majeure, le Groupe reste confiant dans sa capacité à faire face. Il dispose d'une bonne situation financière avec peu d'endettement et un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales disponibles, des métiers pérennes qui renforcent toute leur légitimité dans un tel contexte. En conséquence, le Groupe a logiquement dû suspendre ses objectifs annoncés en février dernier, jusqu'à ce que la situation se clarifie.

Avril

1^{er} avril 2020

Dans le contexte du Covid-19, le groupe TF1 renonce à la distribution du dividende lors de l'Assemblée Générale du 17 avril 2020 ainsi qu'à ses deux objectifs pour l'année 2020 : un taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres et un coût des programmes à 985 millions d'euros. Néanmoins, le Conseil d'Administration se réunira en août pour réévaluer la situation et analyser l'opportunité de proposer la distribution d'un dividende au titre de 2019.

2 avril 2020

Le groupe TF1 se mobilise pour soutenir les Français et mettre en lumière les héros du quotidien : mobilisation aux côtés des associations en ouvrant plus largement ses espaces publicitaires pour soutenir les grandes causes, déploiement d'un dispositif unique pour la Fondation Hôpitaux de Paris - Hôpitaux de France avec la production gracieuse par TF1 Factory d'un spot vidéo d'appel aux dons relayé massivement sur tous les supports, apport de réponses claires aux questions des Français.

Par ailleurs, les groupes France Télévisions, Altice Media, TF1, M6, NRJ, L'Équipe, Arte et Canal+ annoncent la création de l'Association Technique

TF1 - Information financière – 9 premiers mois 2020

des Editeurs de la TNT (ATET), dont l'objectif est la valorisation et la promotion des intérêts des chaînes.

7 avril 2020

Les marques d'Unify se mobilisent pour accompagner les Français : Marmiton lance l'opération #ensembleencuisine, Doctissimo lance un *chat bot* et des *facebook live* avec le docteur Gerald Kierzerk, Aufeminin lance son concours d'écriture de nouvelles sur les bonheurs fondamentaux, Unify apporte son soutien au secteur associatif en mettant à disposition gracieusement, en cette période de fortes consommations de ses audiences, une part de son inventaire au profit des secteurs qui luttent activement contre cette pandémie.

27 avril 2020

En tant que fervent défenseur de l'égalité entre les femmes et les hommes en entreprise, le groupe TF1 se mobilise, au-delà du cadre de la loi, pour réduire les inégalités professionnelles relatives à la parentalité avec l'harmonisation de la durée des congés d'accueil de l'enfant pour permettre à tous les parents, femme ou homme, hétérosexuels ou homosexuels, de bénéficier d'un congé pour accueillir leur enfant biologique, adoptif, né par PMA ou GPA.

30 avril 2020

Le groupe TF1 lance une nouvelle offre de podcasts, accessible gratuitement sur l'ensemble des plateformes de diffusion (Apple Podcast, Google Podcast, Spotify, Deezer...). Cette nouvelle offre qui vient enrichir l'offre des podcasts du groupe TF1 (LCI, Studio 71, MyLittle Paris ...) se compose de 5 thématiques autour de marques phares des antennes et incarnés par des personnalités emblématiques : *people*, aventure, musique, faits divers et histoire.

Juin

2 juin 2020

Le groupe Mediapro, nouvel acteur clé du football français, et le groupe TF1 annoncent la signature d'un accord inédit. Ce partenariat de quatre ans, renouvelable, repose sur trois piliers fondamentaux :

- Une licence de marque pour une nouvelle chaîne baptisée TELEFOOT, nom de la marque historique du magazine de TF1 ;
- Un partenariat éditorial et de production de contenus ;

- Un partenariat de talents avec Grégoire Margotton et Bixente Lizarazu aux commentaires des matchs de la Ligue 1.

Par ailleurs, Sabina Gros rejoint Unify et prend la responsabilité de Directrice Générale France et Europe en charge des Revenus et des Publishers. En tant que responsable des revenus, elle a pour mission de définir et assurer le développement du chiffre d'affaires publicitaire de Unify, incluant tous les canaux de vente : vente gré-à-gré et programmatique, data.

8 juin 2020

Media Lab TF1, le programme d'accélération à Station F, lancé en 2018, accueille la 5^{ème} promotion de start-up avec 6 nouvelles start-ups avec l'objectif de mettre en synergie des solutions innovantes et le savoir-faire des experts métiers du groupe TF1.

18 juin 2020

Alors que la réouverture des salles de cinéma a été annoncée à partir du 22 juin, le groupe TF1 tient à témoigner son attachement et renouveler son soutien au cinéma français en s'associant à un dispositif média d'envergure. Ainsi, le groupe TF1 diffusera du 22 juin au 5 juillet sur ses chaînes, et à partir du 29 juin sur ses plateformes digitales, une campagne publicitaire gracieuse visant à promouvoir la réouverture des salles de cinéma auprès des Français.

Juillet

3 juillet 2020

Le Groupe TF1 est fier d'être le premier groupe média et de figurer à la 22^{ème} place dans le Palmarès Ethics and Boards 2019 de la Féminisation des Instances Dirigeantes, parmi les 120 grandes entreprises françaises du SBF 120. Ainsi, on compte aujourd'hui 45 % de femmes au Comité management contre 29 % en 2014 (top 160 managers).

31 juillet 2020

Le Groupe TF1 crée une nouvelle offre 4K afin d'offrir à ses téléspectateurs la meilleure expérience de télévision. Le Groupe TF1 diffuse depuis le 23 août 2020, une offre inédite et exclusive de programmes au sein de sa chaîne 4K. Celle-ci est disponible dans les offres Orange et Bouygues Telecom et inclut une offre multigenre, allant des grandes affiches cinéma du dimanche

soir au sport avec les matchs de l'Equipe de France de Football (dès le 8 septembre).

Août

26 août 2020

TF1 PUB s'allie à Goodeed, la solution pionnière en matière de publicité solidaire et engagée sur le digital en France, dont chaque spot visionné par l'internaute permet de collecter des dons pour des bonnes causes. Dès le 26 août, la régie du groupe TF1 commercialise le format solidaire de Goodeed sur MYTF1 et reverse une partie du budget investi au profit d'associations choisies par les internautes.

Septembre

10 septembre 2020

A partir du 10 septembre, Doctissimo se dote d'une nouvelle dimension, plus experte et plus incarnée, en formant un nouveau comité médical, dirigé par le Docteur Gérard Kierzek, médecin urgentiste et expert santé de TF1 et LCI. Une trentaine d'experts couvriront un très large spectre de disciplines afin d'offrir un traitement éditorial fiable et sourcé sur de nombreuses pathologies. En parallèle, Doctissimo propose une nouvelle expérience à ses utilisateurs. Une refonte qui s'illustre par une nouvelle charte, déclinée sur l'ensemble de ses actifs (web, app et sur les réseaux sociaux), un accès aux 16 000 articles que compte le site de manière beaucoup plus intuitive.

15 septembre 2020

A la tête depuis le 22 février 1988 de l'édition de la mi-journée la plus regardée d'Europe, Jean-Pierre Pernaut a décidé de passer le témoin à la présentation du 13H à la fin de l'année, pour se consacrer à de nouveaux projets au sein de la rédaction.

17 septembre 2020

La journaliste Marie-Sophie Lacarrau rejoint la rédaction et présentera l'édition du 13H semaine dès janvier prochain. Elle prendra les commandes de l'édition de la mi-journée la plus regardée d'Europe, avec l'équipe qui en fait le succès quotidien.

18 septembre 2020

A compter du 1^{er} novembre, Didier Casas est nommé Secrétaire Général du Groupe TF1 et intègre le comité exécutif du Groupe. Il succède à Jean-Michel Counillon. Il aura la charge des relations institutionnelles et des dossiers

réglementaires du Groupe, ainsi que la responsabilité des affaires juridiques et des sujets relatifs à la déontologie et l'éthique.

22 septembre 2020

A l'occasion de la 3^{ème} édition du « Grand Prix Stratégies de l'Innovation Média », le Groupe TF1 a été récompensé à cinq reprises pour sa capacité à innover en termes de créativité dans les contenus, les formats et ses dispositifs de communication. Il a notamment obtenu le prix Or pour « Burger Quiz » dans la catégorie « meilleur événement, opération spéciale ».

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 3 – 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 des neuf premiers mois de 2020 s'élève à 1 361,4 millions d'euros, en recul de 253,2 millions d'euros (-15,7%)².

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 962,9 millions d'euros, en recul sur un an (-16,9%). Après un premier semestre impacté par les effets de la crise liée au Covid-19, le troisième trimestre enregistre une hausse des recettes publicitaires de 24,1 millions d'euros (+7,5%), par rapport au même trimestre de l'année dernière.

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 521,8 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2020.

Au troisième trimestre, particulièrement durant l'été, le Groupe a réalisé de nouvelles économies à hauteur de 30,5 millions d'euros, portant le montant total d'économies sur les 9 premiers mois de 2020 à 137,9 millions d'euros. Cette performance, dans la poursuite de ce qui a été fait au premier semestre, résulte à la fois de la baisse des prix unitaires des programmes diffusés ainsi que de l'optimisation de la circulation des droits entre les chaînes. Ces économies ont été réalisées tout en maintenant une programmation de qualité, permettant des niveaux d'audience élevés.

Autres charges, amortissements et provisions

Sur les neuf premiers mois 2020, les autres charges, amortissements et provisions sont en recul de 56,5 millions d'euros, principalement en

lien avec les économies liées à la crise, et la baisse de certaines taxes.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant s'élève à 125,6 millions d'euros, en baisse de 58,8 millions d'euros (vs. baisse de 95 millions d'euros au premier semestre 2020). Ce niveau à fin septembre s'explique par un résultat opérationnel au 3^{ème} trimestre de 57,8 millions d'euros, en amélioration de 36,4 millions d'euros, liée d'une part à la hausse du chiffre d'affaires et d'autre part aux économies supplémentaires réalisées notamment sur le coût des programmes (-30,5 millions d'euros par rapport à 2019).

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel s'élève à 125,6 millions d'euros, en recul de 58,8 millions d'euros.

Résultat net

Le résultat net part du Groupe s'établit à 77,1 millions d'euros, en recul de 40,7 millions d'euros.

Structure financière

Au 30 septembre 2020, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 627,9 millions d'euros pour un total de bilan de 3 511,7 millions d'euros.

L'absence de versement de dividende et l'amélioration du BFR d'exploitation permettent au groupe TF1 d'afficher une dette nette de 70,7 millions d'euros au 30 septembre 2020, avant prise en compte des obligations locatives (dette nette de 162,2 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives), contre une dette nette de 126,3 millions d'euros à fin décembre 2019 (dette nette de 225,8 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives).

Au 30 septembre 2020, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 965 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

² -16% hors effet périmètre de -1,8 millions d'euros (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

Groupe Bouygues. Au 30 septembre 2020, les tirages ont été réalisés à hauteur de 162 millions d'euros pour le pôle Newen.

1.4. Information sectorielle

Antennes

Chiffre d'affaires

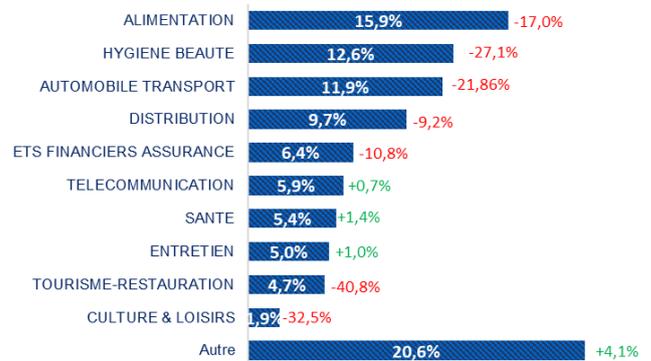
Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 1 056,1 millions d'euros, en recul de 189,5 millions d'euros sur un an (-15,2%).

- Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, à fin septembre 2020, à 914,5 millions d'euros, en baisse de 180,3 millions d'euros (-16,5%). Après un premier semestre fortement marqué par la baisse des investissements publicitaires dans le contexte du Covid-19, le troisième trimestre enregistre une hausse des recettes de 25 millions d'euros sur un an (+8,2%). Elle illustre un effet de rattrapage de la part des annonceurs, notamment dans les secteurs de l'alimentation, la grande distribution, l'hygiène, l'e-commerce et l'automobile. Les annonceurs ont bénéficié des hauts niveaux d'audiences enregistrés dès la fin de l'été et à la rentrée, par exemple lors d'événements sportifs tels que la finale de la Ligue des champions ou le lancement réussi des inédits de programmes tels que Koh Lanta. Seuls quelques secteurs, tels que les voyages, le tourisme et les cosmétiques, demeurent en retrait.

- Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en baisse de 9,1 millions d'euros sur un an. Cette baisse s'explique notamment par une diminution du chiffre d'affaires de TF1 Production et TF1 Films Production.

Sur les neuf premiers mois 2020, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes reculer de 16,1% par rapport à la même période l'année dernière, à l'exception de LCI, qui voit son chiffre d'affaires augmenter.

L'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) par secteur sur les neuf premiers mois 2020, pour les cinq chaînes en clair, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, 9M 2020 vs. 9M 2019.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 127,6 millions d'euros à fin septembre 2020, en baisse de 29,0 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante à 12,1% (-0,5 point sur un an). Les économies réalisées sur le coût de la grille ainsi que la reprise des investissements publicitaires au troisième trimestre permettent de revenir à un niveau de rentabilité proche de celui de 2019.

Marché des chaînes en clair

Sur les neuf premiers mois de 2020, la durée d'écoute de la télévision se maintient à un niveau élevé et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3h49 de consommation quotidienne, en hausse de 23 minutes sur un an.

Cette hausse de la consommation quotidienne de télévision se maintient en période post-confinement, notamment chez la cible des Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans (FRDA<50). Leur durée d'écoute moyenne de la télévision s'élève ainsi à 2h58 sur le troisième trimestre 2020, en hausse de 22 minutes sur un an.

Depuis le 30 mars 2020, Médiamétrie a fait évoluer la mesure d'audience pour coller au plus près à la consommation réelle du média télévisé : intégration de la consommation hors domicile (résidences secondaires, bars, aéroports ...), et prise en compte des autres écrans en mobilité (ordinateurs, tablettes, smartphones, etc.) en *live* et en *replay*.

A partir de 2022, la consommation sur les autres supports au domicile (ordinateurs, tablettes, smartphones, etc.) sera intégrée à la mesure.

Audiences des chaînes en clair³

³ Source : Médiamétrie

TF1 - Information financière – 9 premiers mois 2020

Au cours des neuf premiers mois de 2020, le groupe TF1 bénéficie du regain d'intérêt des Français pour le média TV, dans un contexte sanitaire notamment marqué par la lente reprise des activités de divertissement (théâtre, cinémas) et la persistance de certaines restrictions. Il parvient à maintenir son *leadership* sur l'ensemble des publics clés :

- 29,2% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,1 pt sur un an) ;
- 31,8% de part d'audience sur les FRDA<50 (-0,3 pt vs 9M 2019).

TF1

TF1 confirme sa capacité de rassemblement unique dans tous les genres de programmes et auprès de tous les publics. Le Groupe continue de fournir une offre d'information riche et des contenus de qualité afin de répondre au mieux au besoin d'information des Français et les divertir, à la fois pendant le confinement, et à la sortie de cette période.

La chaîne TF1 remporte toutes les places du classement des 20 meilleures audiences des neuf premiers mois de 2020 chez les Individus âgés de 25 à 49 ans. Elle réalise 15 des 20 meilleures audiences chez les Individus âgés de 4 ans et plus.

A fin septembre, TF1 s'est particulièrement illustrée par des moments forts, tels que détaillés ci-dessous :

- **Fictions françaises** : les fictions françaises sont un genre de plus en plus plébiscité, en témoigne le succès du téléfilm *Pourquoi je vis ?*, récit biographique retraçant la vie de Grégory Lemarchal, qui signe une performance exceptionnelle, réunissant 8,3 millions de téléspectateurs, dont 51% de part d'audience chez les FRDA <50, un record pour une fiction depuis 2006. De la même façon, le lancement de la nouvelle fiction *Grand Hôtel* a rassemblé jusqu'à 5,4 millions de téléspectateurs, dont une part d'audience de 25% chez les FRDA <50.
- **Séries étrangères** : la chaîne TF1 se distingue par les succès étrangers qu'elle continue de diffuser, tels que *The Resident* et *The Good Doctor* qui réalisent chacun 32% de part d'audience chez les FRDA<50.
- **Information** : en cette période d'actualité dense liée notamment à la crise du Covid-19, TF1 se maintient comme le leader de l'info, largement plébiscité par les Français. Le journal de 13H de TF1 a ainsi rassemblé, pendant l'été, en moyenne 5,2 millions de téléspectateurs,

soit 42% de parts d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Le JT de 20h réunit quant à lui en moyenne 5,3 millions de téléspectateurs pendant l'été, soit 29% de parts d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Il réalise une très belle rentrée, occupant en septembre 2020, 19 des 20 meilleures audiences du mois pour une édition du 20h. Il parvient ainsi à réunir jusqu'à 7,5 millions de téléspectateurs le dimanche 27 septembre (soit 31,6% des Individus âgés de 4 ans et plus). D'autre part, à fin septembre 2020, le JT de 20h enregistre une forte progression des parts d'audience sur un an, avec +1,4pt sur les Individus âgés de 4 ans et plus et +1,2pt sur les FRDA<50 et les 25-49 ans.

- **Divertissement** : le troisième trimestre 2020 confirme le succès des grandes marques de flux de la chaîne. Le phénomène *Koh Lanta* réalise ainsi 43% de parts d'audience des FRDA<50 et jusqu'à 6,7 millions de téléspectateurs pour le lancement de la nouvelle saison en *prime time*. Le retour de *The Voice Kids* est aussi un succès, avec en moyenne 28% de parts d'audience sur les FRDA<50 et jusqu'à 4,1 millions de téléspectateurs.
- **Sport** : la reprise progressive des compétitions sportives après la période de confinement permet à nouveau de rassembler les Français autour de matchs forts. Ainsi, la demi-finale et la finale de la Ligue des Champions, ont réuni respectivement 6,5 millions et 11,4 millions de téléspectateurs.
- **Cinéma** : on retrouve parmi les meilleures audiences du genre, les films *La Ch'tite famille* (7 millions de téléspectateurs et 37% sur les FRDA<50) et *Taxi 5* (5,3 millions de téléspectateurs et 32% sur les FRDA<50).

Chaînes TNT

Au cours des 9 premiers mois de 2020, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI, maintient son *leadership*. Il rassemble 10,4% de part d'audience sur les FRDA<50 et 9,5% de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, stable sur un an.

TMC

TMC confirme son *leadership* sur les chaînes de la TNT au troisième trimestre 2020, avec une part d'audience stable sur un an à 2,8% pour les Individus âgés de 4 ans et plus, et en hausse sur les cibles publicitaires avec 3,8% sur les FRDA<50, et 3,7% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans. Cette performance est liée à :

- une rentrée record pour *Quotidien* à 1,6 millions de téléspectateurs (+0,3m sur un an), et jusqu'à 1,9 million le 10 septembre 2020 avec Nicolas Sarkozy ;
- la performance de l'offre cinéma avec, entre autres, le film *Expendables 2* qui a réuni 1,6 millions de téléspectateurs ;
- le succès du divertissement *Lollywood Night* avec 0,8 million de téléspectateurs

TFX

Sur les neuf premiers mois de 2020, la chaîne poursuit sa progression sur la cible des FRDA<50, avec 3,3% de part d'audience, en légère hausse par rapport à 2019 (+0,1 point). Cette performance s'explique par :

- la télé-réalité en *access*, leader TNT auprès des FRDA<50, avec les succès renouvelés de programmes tels que *Mamans & célèbres* et *10 couples parfaits* ;
- les flux et les films qui constituent toujours le top de la chaîne en *prime time* avec *Camping Paradis* (0,7 million de téléspectateurs en moyenne), *Appels d'urgences* (0,5 million de téléspectateurs en moyenne) ou le film *La mémoire dans la peau* (0,9 million de téléspectateurs).

TF1 Séries Films

Au troisième trimestre 2020, la chaîne maintient sa deuxième position des chaînes TNT HD sur les Individus âgés de 4 ans et plus (2,0% de part d'audience) et les FRDA<50 (2,8% de part d'audience) et confirme son *leadership* sur ces deux cibles en *prime time*.

TF1 Séries Films a proposé une offre cinéma puissante en soirée avec des films comme *15 Août* et *Le Placard* (0,8 million de téléspectateurs), des fictions françaises à de hauts niveaux avec *Section de recherche* (0,8 million de téléspectateurs), ou encore des séries US comme *New York, Section criminelle* (à plus de 4% de part d'audience sur les FRDA<50 en moyenne sur septembre).

LCI

Sur les neuf premiers mois 2020, LCI voit ses parts d'audience augmenter sur toutes les cibles, avec 1,2% sur les Individus âgés de 4 ans et plus (+0,2 par rapport aux neuf premiers mois 2019), et 0,7% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,3 pt).

La chaîne s'est renforcée en *access* et en soirée avec notamment les programmes *24 heures Pujadas* et *Le Grand Soir*, et l'arrivée réussie de Darius Rochebin.

Sur la période, le chiffre d'affaires est en hausse par rapport à 2019.

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

L'activité de la régie pour compte de tiers (radios, chaînes de télévision hors Groupe, etc.) est en recul sur un an, principalement sur la partie radio, en lien avec la baisse des investissements publicitaires.

TF1 Films Production⁴

Le contexte actuel particulier, marqué par la crise sanitaire, a vu la fréquentation des salles diminuer de -63% sur la période juillet-septembre 2020, par rapport à l'année dernière.

Suite à la réouverture des cinémas à partir du 22 juin, la sortie de nouveaux films a pu reprendre. Au T3 2020, deux films co-produits par TF1 Films Production sont sortis, *Belle fille* et *Mon cousin*, rassemblant à ce stade près de 500 000 entrées en salle. A fin septembre 2020, les six films coproduits par TF1 Films Production totalisent ainsi 3,7 millions d'entrées.

La contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois de 2020 est en baisse sur un an, et le résultat opérationnel courant est en légère amélioration.

TF1 Production

En raison de la crise épidémique, TF1 Production accuse une perte d'activité sur les neuf premiers mois 2020, en lien avec les décalages de livraison d'une grande partie de ses magazines et le report, en 2021, des compétitions sportives.

En conséquence, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de TF1 Production sont en baisse par rapport aux neuf premiers mois de 2019.

e-TF1

Au troisième trimestre 2020, les audiences de MYTF1 se maintiennent par rapport à 2019 et le chiffre d'affaires de la publicité est en hausse. Toutefois, l'interactivité enregistre une légère baisse de son chiffre d'affaires par rapport au troisième trimestre 2019, en lien avec un moindre nombre de programmes proposant de l'interactivité.

En cumulé à fin septembre 2020, les revenus de e-TF1 sont en légère augmentation avec un chiffre d'affaires publicité en hausse pour MYTF1. Le résultat opérationnel courant reste en baisse.

⁴ Source : CNC et CBO Box Office

TF1 - Information financière – 9 premiers mois 2020

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

A l'issue des 9 premiers mois 2020, les trois chaînes thématiques poursuivent leur progression avec :

- Ushuaïa TV qui maintient sa place de deuxième chaîne de l'univers Découverte, avec 3,8 millions de visiteurs touchés chaque mois ;
- Histoire TV qui réalise son record historique et enregistre la meilleure progression des chaînes découvertes sur un an (+77% d'audience) ;
- TV Breizh qui confirme sa position de numéro 1 des chaînes thématiques pour la 7^{ème} fois consécutive avec 0,7% de part d'audience et atteint son record d'audience historique sur les 4+ (+11% en 1 an).

Le résultat opérationnel courant du troisième trimestre 2020 est en amélioration pour deux des trois chaînes.

Le chiffre d'affaires des chaînes payantes reste quant à lui en recul par rapport au troisième trimestre 2019 pour deux d'entre elles, faisant notamment suite à la renégociation du contrat de distribution avec Canal+.

Studios et Divertissements

Studios

Newen Studios

Newen a été l'un des premiers producteurs à reprendre l'activité de production, dont ses deux quotidiennes phares (*Demain Nous Appartient* et *Plus Belle La Vie*) dès mi-mai pour une livraison des épisodes en juin. La production de la nouvelle quotidienne *Ici tout commence* a débuté durant l'été. Les studios étrangers tels que Reel One, Tuvalu et De Mensen ont également retrouvé un niveau d'activité habituel. Newen bénéficie d'une bonne visibilité, forte d'un carnet de commandes en hausse au troisième trimestre à plus de 1 600 heures.

TF1 Studio

Suite à la crise sanitaire, TF1 Studio a remanié son line-up de sortie salles 2020 en lien avec la fermeture des salles en France de mi-mars à mi-juin. Malgré leur réouverture fin juin, la fréquentation est en diminution de juillet à septembre par rapport à 2019. Toutefois, les entrées des films français reculent moins fortement que celles des films américains (-13,8% contre -88%).

Par conséquent, sur les neuf premiers mois 2020, le chiffre d'affaires reste en retrait par rapport à l'année précédente.

Divertissements

TF1 Entertainment

En raison de la crise du Covid-19, TF1 Entertainment voit son chiffre d'affaires et son résultat opérationnel courant baisser par rapport aux neuf premiers mois de 2019. La très lente reprise des spectacles et le report, voire l'annulation de projets par le label musical Play Two, expliquent cette baisse. En revanche, l'activité de jeux de société reste résiliente.

Unify

Les revenus du pôle Unify s'établissent à 105,7 millions d'euros, en recul de 18,0 millions d'euros sur un an.

Grâce à une ligne éditoriale centrée sur le quotidien et très appréciée des Français, les sites Marmiton et Doctissimo continuent de rassembler une audience solide, pendant et à la sortie du confinement. Ainsi, à titre d'exemple, le nombre de sessions de Marmiton s'élève à 560 millions à fin septembre 2020, en hausse de +38% sur un an.

Après un premier semestre très impacté par la crise liée au Covid-19, les investissements publicitaires sont revenus progressivement au troisième trimestre, avec un chiffre d'affaires proche de celui de 2019. Cependant, à fin septembre, les activités de publicité digitale, de programmation et de services aux annonceurs restent en retrait sur un an.

L'activité de e-commerce communautaire (vente de box) poursuit sa progression au troisième trimestre. Ainsi, à fin septembre 2020, Beautiful Box et Gambettes Box signent une augmentation sur un an du nombre de livraisons de box de plus de 50 000 chacune.

Le résultat opérationnel courant s'élève à -9,2 millions d'euros, en diminution de 12,0 millions d'euros en lien avec le recul de l'activité, principalement au premier semestre.

1.5. Perspectives

Les résultats des neuf premiers mois de 2020 bénéficient de la contribution positive du troisième trimestre, qui voit le retour progressif des investissements publicitaires dans la plupart des secteurs. TF1 a su démontrer sa capacité à accompagner les annonceurs dans la reprise économique en période de déconfinement.

Sur la fin de l'année, le Groupe investira dans une programmation particulièrement riche et variée

avec le retour des émissions phares (*Mask Singer* saison 2), le lancement d'un nouveau programme de divertissement (*District Z*), la diffusion de films inédits (*Le Sens de la Fête* ou *A star is Born*) et le lancement d'un nouveau feuilleton quotidien (*Ici Tout Commence*).

Après les avancées réglementaires enregistrées au cours de l'été (télévision adressable, publicité pour le cinéma, suppression des jours interdits), le secteur devrait bénéficier de nouvelles évolutions, dans le sens d'une plus grande équité entre acteurs historiques et nouveaux acteurs (notamment transposition de la directive SMA).

Au cours du quatrième trimestre, le lancement en octobre de *Salto*, plateforme française de vidéo à la demande fruit d'un partenariat entre TF1, France Télévisions et M6, devrait connaître ses premiers recrutements d'abonnés.

Les incertitudes actuelles sur l'évolution de l'épidémie de Covid-19 en France et le manque de visibilité qui concerne aujourd'hui de nombreux acteurs économiques (entreprises, ménages, ...) ne permettent pas, à ce stade, de fixer de nouveaux objectifs pour la fin de l'année et pour 2021.

L'activité du quatrième trimestre devrait dépendre en grande partie de l'évolution du comportement des annonceurs, à la fois pour les Antennes et pour le pôle Digital.

En parallèle, le redémarrage des tournages en France et à l'étranger permet à Newen d'envisager la reprise d'une activité soutenue jusqu'à la fin de l'année, celle-ci restant néanmoins dépendante de l'évolution de la crise.

1.6. Événements importants postérieurs à la clôture

Le 20 octobre 2020, **Salto**, plateforme de vidéo à la demande sur abonnement, créée par TF1, M6 et France Télévisions, a été lancée. Elle propose 10 000 heures de contenus, avec des séries en intégrale, dont certaines en avant-première, du cinéma, des documentaires, des programmes pour enfants, mais aussi des inédits jamais diffusés en France tels que la série *Ils étaient dix* ou les fictions *Exit* et *Evil*.

1.7. Responsabilité sociale de l'entreprise

Solidarité

La semaine de l'engagement

Du 29 juin au 3 juillet, TF1 a organisé une semaine de l'engagement avec pour thème la solidarité à destination des collaborateurs du groupe à travers les événements ou actions suivantes :

- Mise en lumière des opérations solidaires en lien avec la COVID-19 déployées sur les antennes et les supports digitaux à travers le témoignage des collaborateurs impliqués
- L'opération « Coup de pouce à vos assos » destinée à soutenir financièrement 10 associations dans lesquels des collaborateurs sont impliqués et dont les missions sont mises en avant sur l'intranet du groupe et les collaborateurs eux-mêmes lors de la remise des prix.
- Une table ronde mettant en scène les représentantes de 3 fondations soutenues par le groupe TF1 durant la 1ère vague de la COVID 19 : Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France, Fondation pour la Recherche Médicale et Fondation des Femmes
- Un moment de partage avec la Fondation TF1 et un focus sur les stages virtuels organisés par « Tous en stage » à destination des élèves de 3ème pendant le confinement
- De belles actions mises en place par les collaborateurs eux-mêmes à titre personnel durant le confinement

La protection de l'enfance

A l'occasion du prime spécial des 12 coups de midi intitulé « Le combat des maîtres » diffusé sur TF1 le 4 juillet, les « maîtres de midi » ont joué pour l'association « Action enfance » permettant ainsi de récolter 50 K€ pour cette association dont la vocation est de protéger l'enfance en danger et qui héberge environ 750 jeunes en France.

Le groupe TF1 a également renouvelé son soutien à l'association « Action enfance » dans le cadre du festival « Action enfance fait son cinéma » destiné à développer la créativité et l'imaginaire des jeunes hébergés dans les villages et foyers Action enfance. L'apport du groupe TF1 s'est traduit par un soutien financier de 2,5 K€, le relais de

TF1 - Information financière – 9 premiers mois 2020

l'opération sur ses réseaux sociaux et la présence d'une collaboratrice de TF1 (Nathalie Toulza-Madar, directrice générale de TF1 Films Production) dans le jury de sélection.

Cet agenda peut être soumis à des modifications.

Société durable

Critères RSE dans l'accord d'intéressement

Le nouvel accord d'intéressement conclu fin août pour 3 ans prévoit désormais d'associer les collaborateurs aux efforts déployés par l'entreprise en matière de réduction de son empreinte carbone. Dans ce cadre, 2 objectifs ont été définis :

- La baisse de la consommation d'électricité (-3% vs celle de 2019)
- La baisse des déchets plastiques recyclés (-10% vs celle de 2019)

S'ils sont atteints, ces 2 critères auront comme impact d'augmenter de 10% le montant de l'intéressement résultant des critères d'intéressement liés au chiffre d'affaires et au résultat opérationnel courant.

TFOU : une programmation spéciale pour la semaine européenne du développement durable

A cette occasion, du 21 au 27 septembre, dans la case jeunesse de TF1 (TFOU), une programmation thématique était proposée aux enfants pour les sensibiliser à des actions en lien avec le développement durable (réduction des déchets au quotidien, sauvegarde de la vie sous-marine, développement des énergies propres...) au travers des aventures des héros de leurs séries préférées : *les Barbapapa, les Super Wings, Alice et Lewis, Ranger Rob, Paw Patrol, La Pat'Patrouille, Les Octonauts* ou *Loup*.

1.8. Point social

Au 30 septembre 2020, le groupe TF1 compte 3 240 collaborateurs en CDI.

1.9. Calendrier prévisionnel

- 11 février 2021 : résultats annuels 2020
- 28 avril 2021 : résultats du premier trimestre 2021
- 27 juillet 2021 : résultats du premier semestre 2021
- 28 octobre 2021 : résultats des 9 premiers mois 2021

2. Comptes consolidés condensés et annexes des 9 premiers mois

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport sans réserve a été émis par les commissaires aux comptes.

Compte de résultat consolidé

(en millions d'euros)	Notes	Exercice	Exercice	3ème	3ème	Exercice
		au 30 septembre 2020	au 30 septembre 2019 ⁽¹⁾	trimestre 2020	trimestre 2019 ⁽¹⁾	
Chiffre d'affaires	3 - 4	1 361,4	1 614,6	477,9	469,4	2 337,3
Autres produits de l'activité		25,8	29,4	10,3	10,0	40,1
Achats consommés		(516,5)	(662,6)	(190,9)	(210,6)	(953,6)
Charges de personnel		(334,2)	(343,9)	(122,9)	(107,4)	(484,8)
Charges externes		(282,2)	(296,2)	(94,9)	(97,5)	(434,5)
Impôts et taxes		(66,0)	(91,8)	(21,6)	(25,0)	(126,1)
Dotation nette aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles		(165,6)	(154,2)	(55,0)	(49,3)	(248,0)
Dotations nettes aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués		(15,0)	(14,0)	(5,5)	(4,6)	(19,1)
Dotations aux provisions et dépréciations nettes de reprises utilisées		28,7	(0,7)	18,1	(0,8)	(29,0)
Autres produits d'exploitation		162,7	185,7	68,5	64,2	291,9
Autres charges d'exploitation		(73,5)	(81,9)	(26,2)	(27,0)	(119,1)
Résultat opérationnel courant		125,6	184,4	57,8	21,4	255,1
Autres produits opérationnels		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles		-	-	-	-	-
Résultat opérationnel		125,6	184,4	57,8	21,4	255,1
Produits financiers		0,1	0,5	-	0,3	0,7
Charges financières		(2,1)	(1,7)	(0,6)	(0,5)	(2,3)
Coût de l'endettement financier net (-) / produit de l'excédent financier net (+)		(2,0)	(1,2)	(0,6)	(0,2)	(1,6)
Charges d'intérêts sur obligations locatives		(2,6)	(2,8)	(0,9)	(0,9)	(3,7)
Autres produits financiers		1,8	1,2	0,5	(0,2)	1,4
Autres charges financières		(7,2)	(4,7)	(2,1)	(1,9)	(7,9)
Impôt		(37,3)	(59,5)	(15,5)	(8,3)	(82,0)
Quote-part du résultat net des coentreprises et entités associées	8	(2,1)	(0,3)	(0,7)	0,3	(6,1)
Résultat net des activités poursuivies		76,2	117,1	38,5	10,2	155,2
Résultat net des activités arrêtées ou détenues en vue de la vente		-	-	-	-	-
Résultat net		76,2	117,1	38,5	10,2	155,2
Résultat net part du Groupe		77,1	117,8	38,7	10,5	154,8
Résultat net attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle		(0,9)	(0,7)	(0,2)	(0,3)	0,4
Résultat net part du groupe des activités poursuivies par action (en euros)		0,37	0,56	0,18	0,05	0,74
Résultat net part du groupe des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,37	0,56	0,18	0,05	0,74

⁽¹⁾ La présentation des états financiers a été modifiée au titre de 2019 – voir détail en note 2.3 Changements de méthode comptable

Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	Exercice au 30 septembre 2020	Exercice au 30 septembre 2019	Exercice 2019
Résultat net	76,2	117,1	155,2
Eléments non recyclables en résultat net			
Ecarts actuariels sur avantages du personnel ⁽¹⁾	-	(8,8)	(9,7)
Réévaluation des placements en instruments de capitaux propres	(9,1)	(8,1)	(26,5)
Impôts sur éléments non recyclables en résultat net	(1,0)	3,3	3,5
Quote-part des produits et charges non recyclables des coentreprises et entités associées	(0,6)		
Eléments recyclables en résultat net			
Réévaluation des actifs de couverture	(0,2)	(1,2)	(1,4)
Ecarts de conversion	0,9	0,6	0,8
Impôts sur éléments recyclables en résultat net	0,1	0,4	0,4
Quote-part des produits et charges recyclables des coentreprises et entités associées			
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	(9,9)	(13,8)	(32,8)
Produits et charges nets comptabilisés	66,3	103,3	122,4
<i>Produits et charges nets comptabilisés part du Groupe</i>	67,2	104,0	121,9
<i>Produits et charges nets comptabilisés des participations ne donnant pas le contrôle</i>	(0,9)	(0,7)	0,5

⁽¹⁾ Correspond à la variation des hypothèses actuarielles (En 2020, stabilité du taux d'actualisation : 0,9221% au 31 décembre 2019 versus 0,9225 % au 30 septembre 2020).

Etat consolidé des flux de trésorerie

(en millions d'euros)	Notes	Exercice au 30 septembre 2020	Exercice au 30 septembre 2019 ⁽¹⁾	Exercice 2019 ⁽¹⁾
Résultat net des activités poursuivies		76,2	117,1	155,2
Dotations (reprises) aux amortissements et dépréciations des immo. corporelles et incorp. et aux prov. non courantes		160,7	173,8	283,0
Dotations aux amortissements, dépréciations et autres ajustements des droits d'utilisation des actifs loués		15,2	14,5	19,1
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(16,4)	(25,8)	(43,7)
Plus et moins values de cessions d'actifs		0,8	(0,1)	5,0
Quote-part de résultat revenant aux coentreprises et entités associées nette des dividendes reçus	8	2,1	0,8	1,3
Dividendes des sociétés non consolidées		(0,1)	(0,1)	-
Impôts décaissés		(46,1)	(48,8)	(85,3)
Impôt y compris dettes sur positions fiscales incertaines		37,3	59,5	82,0
CAF après coût de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net, charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés		229,7	290,9	416,6
Reclass. du coût de l'endettement fin. net / produit de l'excédent fin. net et des charges d'int. sur obligations loc.		4,6	4,1	5,3
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité y compris dépréciations et provisions courantes ⁽²⁾		26,3	(17,8)	(32,3)
Flux nets de trésorerie générés par l'activité		260,6	277,1	389,6
Prix d'acquisition des immobilisations corporelles et incorporelles		(170,5)	(161,8)	(243,7)
Prix de cession des immobilisations corporelles et incorporelles		0,6	0,4	1,3
Dettes nettes sur immobilisations corporelles et incorporelles		5,3	(3,8)	(2,6)
Prix d'acquisition des titres non consolidés et autres titres immobilisés		(0,6)	(0,4)	(0,7)
Prix de cession des titres non consolidés et autres titres immobilisés		0,5	-	0,2
Dettes nettes sur titres non consolidés et autres titres immobilisés		-	-	-
Prix d'acquisition des activités consolidées		(2,7)	(23,6)	(51,3)
Prix de cession des activités consolidées		1,0	0,4	0,5
Dettes nettes des activités consolidées		-	-	-
Autres variation de périmètre : trésorerie des sociétés acquises ou cédées	10	2,3	4,6	13,1
Autres flux liés aux opérations d'investissements : var. prêts, dividendes reçus sociétés non consolidées		(19,9)	(1,2)	(3,7)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement		(184,0)	(185,4)	(286,9)
Augmentations (réductions) de capital versées par les actionnaires et par les participations ne donnant pas le contrôle, et autres opérations entre actionnaires		(6,2)	(3,1)	(19,8)
Dividendes versées aux actionnaires de la société mère		-	(83,9)	(84,0)
Dividendes versées par les activités consolidées aux participations ne donnant pas le contrôle		-	-	-
Variation des dettes financières courantes et non courantes	9	45,5	15,8	15,7
Remboursement des obligations locatives		(14,4)	(13,4)	(18,4)
Coût de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net et charges d'intérêts sur obligations locative		(4,6)	(3,8)	(4,9)
Autres flux liés aux opérations de financement		-	-	-
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement		20,3	(88,4)	(111,4)
INCIDENCE DES VARIATIONS DES COURS DES DEVISES		(0,6)	0,3	0,3
VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE		96,3	3,6	(8,4)
Trésorerie nette à l'ouverture		102,6	111,0	111,0
Flux nets		96,3	3,6	(8,4)
Trésorerie nette à la clôture		198,9	114,6	102,6

⁽¹⁾ La présentation des états financiers a été modifiée au titre de 2019 – voir détail en note 2.3 Changements de méthode comptable

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

Bilan consolidé (passif)

CAPITAUX PROPRES ET PASSIF (en millions d'euros)	Notes	2020.09	2019.12 ⁽¹⁾	2019.09 ⁽¹⁾
Capital social		42,1	42,0	42,1
Primes et réserves		1 506,2	1 364,2	1 423,5
Réserve de conversion		2,5	1,4	1,2
Actions propres détenues		-	-	(3,5)
Résultat net part du Groupe		77,1	154,8	117,8
Total capitaux propres part du groupe		1 627,9	1 562,4	1 581,1
Participations ne donnant pas le contrôle		1,4	1,7	1,0
Total capitaux propres		1 629,3	1 564,1	1 582,1
Dettes financières non courantes	9	121,7	200,1	149,5
Obligations locatives non courantes	9	70,3	79,4	77,9
Provisions non courantes		54,2	50,9	52,0
Impôts différés passifs		42,4	47,1	42,7
Total passifs non courants		288,6	377,5	322,1
Dettes financières courantes	9	147,9	28,8	18,4
Obligations locatives courantes	9	21,2	20,1	16,6
Fournisseurs et comptes rattachés		599,7	642,8	576,7
Passifs sur contrats clients		34,4	44,5	42,8
Provisions courantes		18,0	14,8	21,2
Autres passifs courants		761,7	648,6	630,9
Concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque		10,8	2,7	14,9
Passifs d'impôt courants		-	-	8,2
Instrument financiers - Couverture des dettes financières		-	-	-
Autres passifs financiers courants		0,1	0,2	0,2
Total passifs courants		1 593,8	1 402,5	1 329,9
Passifs liés aux activités détenues en vue de la vente		-	-	-
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF		3 511,7	3 344,1	3 234,1

⁽¹⁾ La présentation des états financiers a été modifiée au titre de 2019- voir détail en note 2.3 Changements de méthode comptable

Tableau de variation des capitaux propres consolidés

	Note Annexe	Capital Prime d'émission	Réserves liées au capital et Report à nouveau	Réserves et Résultat consolidés	Actions propres détenues	Opérations affectées directement en capitaux propres	TOTAL GROUPE	Participations ne donnant pas le contrôle	TOTAL
SITUATION AU 31 DECEMBRE 2018		58,8	1 413,8	123,7	-	(21,7)	1 574,6	0,6	1 575,2
Mouvements neufs mois 2019									
Résultat net		-	-	117,8	-	-	117,8	(0,7)	117,1
Ecart de conversion		-	-	-	-	0,6	0,6	-	0,6
Autres produits et charges comptabilisés		-	-	-	-	(14,4)	(14,4)	-	(14,4)
Résultat net et produits et charges comptabilisés		-	-	117,8	-	(13,8)	104,0	(0,7)	103,3
Opérations nettes sur capital et réserves		3,5	-	-	-	-	3,5	-	3,5
Acquisitions et cessions d'actions propres		-	(3,5)	-	-	-	(3,5)	-	(3,5)
Acquisitions et cessions sans perte de contrôle		-	-	-	-	-	-	-	-
Distribution		-	(83,8)	-	-	-	(83,8)	-	(83,8)
Paiement fondé sur des actions		-	-	2,1	-	-	2,1	-	2,1
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)		-	-	(15,8)	-	-	(15,8)	1,1	(14,7)
SITUATION AU 30 SEPTEMBRE 2019		62,3	1 326,5	227,8	-	(35,5)	1 581,1	1,0	1 582,1
Mouvements 4eme trimestre 2019									
Résultat net		-	-	37,0	-	-	37,0	1,1	38,1
Ecart de conversion		-	-	-	-	0,2	0,2	-	0,2
Autres produits et charges comptabilisés		-	-	-	-	(19,2)	(19,2)	-	(19,2)
Résultat net et produits et charges comptabilisés		-	-	37,0	-	(19,0)	18,0	1,1	19,1
Opérations nettes sur capital et réserves		-	-	-	-	-	-	-	-
Acquisitions et cessions d'actions propres		(0,1)	-	-	-	-	(0,1)	-	(0,1)
Acquisitions et cessions sans perte de contrôle		-	-	(4,9)	-	-	(4,9)	-	(4,9)
Distribution		-	0,1	(0,3)	-	-	(0,2)	-	(0,2)
Paiement fondé sur des actions		-	-	0,7	-	-	0,7	-	0,7
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)		-	-	(32,2)	-	-	(32,2)	(0,4)	(32,6)
SITUATION AU 31 DECEMBRE 2019		62,2	1 326,6	228,1	-	(54,5)	1 562,4	1,7	1 564,1
Mouvements neuf mois 2020									
Résultat net		-	-	77,1	-	-	77,1	(0,9)	76,2
Ecart de conversion		-	-	-	-	0,9	0,9	-	0,9
Autres produits et charges comptabilisés		-	-	-	-	(10,8)	(10,8)	-	(10,8)
Résultat net et produits et charges comptabilisés		-	-	77,1	-	(9,9)	67,2	(0,9)	66,3
Opérations nettes sur capital et réserves		0,1	18,3	(18,3)	-	-	0,1	-	0,1
Acquisitions et cessions d'actions propres		-	-	-	-	-	-	-	-
Acquisitions et cessions sans perte de contrôle		-	-	(1,5)	-	-	(1,5)	-	(1,5)
Distribution		-	-	-	-	-	-	-	-
Paiement fondé sur des actions		-	-	0,7	-	-	0,7	-	0,7
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)		-	-	(1,0)	-	-	(1,0)	0,6	(0,4)
SITUATION AU 30 SEPTEMBRE 2020		62,3	1 344,9	285,1	-	(64,4)	1 627,9	1,4	1 629,3

Notes annexes aux états financiers consolidés

1. Faits marquants

Secteurs Antennes

L'ensemble des clients annonceurs ont vu sur le premier semestre 2020 leurs activités se réduire du fait du confinement et du ralentissement de l'activité qui s'en est suivi. Sur le troisième trimestre 2020, un rattrapage du marché publicitaire est observable, dans la mesure où certains secteurs (automobile et alimentaire) ont performé mieux que prévu.

Parallèlement, le Groupe a continué à adapter quotidiennement son offre de programmes aux circonstances, pour proposer aux téléspectateurs des moments de divertissement et d'évasion familiaux de qualité et une information fiable et transparente sur l'actualité du moment. Dans ce contexte, comme il l'a déjà prouvé par le passé, le Groupe dispose d'une certaine flexibilité dans ses coûts, lui permettant de façon temporaire d'amortir la baisse de revenus et de limiter la baisse de la rentabilité du secteur.

Secteur Studios & Divertissements

L'activité de production de contenus, notamment chez Newen, s'est progressivement arrêtée du fait du confinement dans les différents pays d'implantation, se traduisant par des décalages de livraison des œuvres en cours de production, soit un décalage du carnet de commande sur les années 2021 – 2023.

Les activités de production de contenus ont repris à partir de la date du déconfinement, soit courant mai 2020.

Parallèlement, les événements culturels programmés, les spectacles et les événements musicaux, restent à l'arrêt jusqu'à la fin de l'année, ce qui a un impact fort sur le chiffre d'affaires et les résultats de ces activités.

Secteur Unify

De tensions fortes ont été enregistrées sur les activités programmatiques et direct média du pôle, marquées par une baisse forte de la demande et corrélativement des prix (CPM), et donc du chiffre d'affaires, en dépit de la croissance des audiences des différents sites du pôle Unify (Marmiton, Aufeminin, Doctissimo, ...).

S'agissant des activités de e-commerce communautaire (ventes de boxes) et d'affiliation, elles sont à ce jour, peu impactées par la baisse d'activité économique.

MESURES D'IMPACT DE LA CRISE COVID-19

L'impact de la crise sanitaire et ses conséquences sur les performances du Groupe au cours des 9 premiers mois 2020 se matérialise en une perte d'opportunité de chiffre d'affaires.

La prise en compte des optimisations de la programmation des antennes incluant les achats de programmes spécifiques, et les économies de charges liées aux opérations annulées ou reportées ont permis de compenser partiellement la baisse de chiffre d'affaires.

Au niveau du Groupe, malgré les mesures mises en place dans tous les métiers, la baisse soudaine d'activité génère des coûts non productifs car non ajustables dans les mêmes délais, qui ont un impact sur les résultats de la période.

Compte tenu de la reprise des activités différenciée selon les secteurs, il n'est plus possible au troisième trimestre d'isoler dans la variation de la performance la part qui serait imputable à la Covid-19. La variation du chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2020 par rapport à celui des neuf premiers mois de 2019 a été défavorablement impactée par la covid pour environ 250 millions d'euros sur le premier semestre 2020. La variation du résultat opérationnel courant des neuf premiers mois de 2020 par rapport à celui des neuf premiers mois de 2019 a été défavorablement impactée par la covid pour environ 100 millions d'euros sur le premier semestre 2020.

2. Principes et méthodes comptables

2-1. Déclaration de conformité et base de préparation des états financiers

Les états financiers consolidés condensés au 30 septembre 2020 ont été préparés sur la base des dispositions de la norme IAS 34 "Information financière intermédiaire". Ils présentent les informations principales telles que définies par la norme IAS 34 et doivent donc se lire en complément des états financiers consolidés audités de l'exercice

TF1 - Comptes consolidés condensés et annexes des 9 premiers mois

clos le 31 décembre 2019 tels qu'ils figurent dans le Document d'enregistrement universel 2019 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 10 mars 2020 sous le numéro D.20-0118.

Les états financiers consolidés du groupe TF1 intègrent les comptes de TF1 SA et de ses filiales et coentreprises ainsi que les participations du Groupe dans les entreprises associées. Ils tiennent compte des recommandations de présentation de l'ANC n°2016-01 du 2 décembre 2016 en matière d'états financiers.

Ils sont présentés en millions d'euros.

2-2. Nouvelles normes IFRS

2-2-1. Nouvelles normes, amendements et interprétations en vigueur au sein de l'Union européenne d'application obligatoire ou pouvant être appliqués par anticipation pour les exercices ouverts à compter du 1er janvier 2020

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 septembre 2020, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2019, à l'exception des évolutions obligatoires édictées par les normes IFRS mentionnées ci-après, applicables au 1er janvier 2020.

Amendements à IFRS 9, IAS 39 et IFRS 7

Le 26 septembre 2019, l'IASB a publié des amendements à IFRS 9, d'IAS 39 et d'IFRS 7 (phase 1) dans le cadre de la réforme des taux d'intérêt de référence. Le texte, adopté par l'Union européenne le 16 janvier 2020, est applicable au 1^{er} janvier 2020 de manière rétrospective.

L'impact de ces amendements n'est pas significatif pour le Groupe.

Amendements à IFRS 3

Le 26 septembre 2019, l'IASB a publié des amendements à IFRS 9, d'IAS 39 et d'IFRS 7 (phase 1) dans le cadre de la réforme des taux d'intérêt de référence. Le texte, adopté par l'Union européenne le 16 janvier 2020, est applicable au 1er janvier 2020 de manière rétrospective.

L'impact de ces amendements n'est pas significatif pour le Groupe.

Amendements à IFRS 16

Le 28 mai 2020, l'IASB a publié un amendement à IFRS 16 sur les allègements de loyers liés à la pandémie de Covid-19. Le texte, adopté par l'Union européenne le 9 octobre 2020 est applicable au 1er juin 2020. L'impact de cet amendement, qui donne aux locataires la possibilité de comptabiliser les allègements de loyer liés à la pandémie comme s'il ne s'agissait pas de modifications de contrats de location, n'est pas significatif pour le Groupe.

Concernant la décision définitive de l'IFRIC du 26 novembre 2019 relative aux durées des contrats IFRS 16, l'étude des impacts est en cours et le Groupe continue d'appliquer les principes et méthodes comptables relatives aux contrats IFRS 16 décrits dans l'annexe aux comptes consolidés au 31 décembre 2019.

2-3. Changements de méthode comptable

En 2020, le Groupe n'a procédé à aucun changement de méthodes comptables.

Au 30 septembre 2020, le groupe a modifié la présentation de ses états financiers et notamment celle de son compte de résultat consolidé et de son bilan consolidé, afin de communiquer une information plus pertinente à l'échelle du groupe.

Ainsi, le détail du chiffre d'affaire publicitaire/autres n'est plus présenté au sein du compte de résultat consolidé. Cette information reste cependant présentée en note 3 « Secteurs opérationnels » de cette annexe.

Par ailleurs, la présentation des actifs et passifs circulants et des immobilisations incorporelles a également été modifiée au sein du bilan consolidé.

Pour ce qui concerne les actifs et passifs circulants, une distinction est désormais faite entre les postes « Clients et comptes rattachés », « Actifs sur contrats clients » et « Autres créances courantes » en lieu et place du poste « Créances clients et autres débiteurs » précédemment présenté. De la même façon, le poste « Fournisseurs et autres débiteurs » précédemment présenté est remplacé par les agrégats « Fournisseurs et comptes rattachés »,

« Passifs sur contrats clients », « Autres passifs courants » et « Concours bancaires et soldes créditeurs de banque ». Les postes « Programmes et droits de diffusion » et « Autres stocks » ne sont plus distingués au sein du poste « Stocks » à l'actif du bilan. Cette information reste cependant présentée en note 7 « Stocks : Droits de diffusion et autres stocks » de cette annexe.

Les postes « Droits audiovisuels » et « Autres immobilisations incorporelles » ne sont plus présentés au sein du poste « Immobilisations incorporelles » à l'actif du bilan. Cette information reste cependant présentée en note 6 « Immobilisations incorporelles : droits audiovisuels et autres immobilisations incorporelles » de cette annexe.

2-4. Recours à des estimations

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

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

- dépréciation des droits audiovisuels, immobilisés et détenus en stocks ;
- dépréciation des goodwill en cas d'indice de perte de valeur ;
- dépréciation des programmes et droits de diffusion ;
- évaluation des provisions.

Ces estimations ont été réalisées selon les mêmes démarches d'évaluation qu'à fin 2019 et qu'aux arrêtés intermédiaires 2019, complétées par les analyses spécifiques aux goodwill présentées en note 5. A la date d'arrêtés des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

2-5. Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les périodes janvier / février et juillet / août sont traditionnellement plus faibles en volume que celles des autres mois de l'année. Ce phénomène est d'amplitude variable selon les années.

De plus, il s'est cumulé en septembre 2020 avec les impacts liés à l'épidémie de Covid-19 (note 1 de l'annexe).

3. Secteurs opérationnels

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activités stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus aux différentes clientèles du Groupe. Cette segmentation en secteurs d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par le décisionnaire opérationnel du Groupe dans le suivi des activités. Ces secteurs opérationnels correspondent aux secteurs revus par le principal décideur opérationnel.

La Direction évalue la performance de ces secteurs à partir du résultat opérationnel courant. Les résultats, actifs, et passifs des secteurs comprennent les éléments directement ou indirectement attribuables à un secteur d'activité. Les investissements bruts d'exploitation sectoriels correspondent aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles qui viennent accroître les postes d'actifs correspondants. Les ventes et transferts entre les secteurs sont réalisés aux conditions normales de marché.

Les secteurs opérationnels du Groupe sont les suivants :

Antennes

Le secteur Antennes est constitué de l'ensemble des chaînes TV et sites internet du Groupe. Les revenus de ces activités sont issus de la vente d'espaces publicitaires et des rémunérations perçues auprès des opérateurs câbles, satellite et ADSL.

Ce secteur inclut également les activités dont les revenus non publicitaires sont directement générés par les programmes diffusés sur les antennes du Groupe telles que les opérations d'interactivité entre le téléspectateur et le programme diffusé, ainsi que les filiales ayant pour activité la production et l'acquisition de droits audiovisuels pour le compte des chaînes TV du Groupe, en lien avec la réglementation des Antennes, et de ses sites internet.

Studios et divertissements

Ce secteur regroupe deux sous-secteurs :

TF1 - Comptes consolidés condensés et annexes des 9 premiers mois

Les filiales de contenus dont l'activité est majoritairement destinée à produire, à acquérir, à développer et à commercialiser des droits audiovisuels, musicaux, licences, marques, pour une exploitation indépendante des activités de diffuseur du Groupe. Les revenus sont constitués de la rémunération des cessions de droits de diffusion et de tout autre droit d'exploitation en France et à l'international incluant les revenus Vidéo (physique et on-line).

Bien que réparties sur les différentes étapes de la chaîne de valeur, ces activités, portées par TF1 Studios, Newen Studios et TF1 Entertainment, partagent les mêmes modèles économiques sur des marchés de plus en plus intégrés.

Plus spécifiquement, TF1 Studios et Newen Studios exploitent des types de droits audiovisuels complémentaires, et s'adressent tous les deux au marché des diffuseurs de droits TV et vidéo français et européen.

A ce titre, la Direction du Groupe juge pertinent de suivre globalement la performance financière de ces activités.

Les activités de vente à distance et en boutique du pôle Téléshopping sont regroupées dans ce secteur compte tenu de leur contribution au regard du total du groupe TF1. Comme mentionné en note 1 Faits marquants du Document d'Enregistrement universel 2019 les activités de vente à distance et en boutique du pôle Téléshopping ont été cédées sur le T2 2019.

Digital

Le secteur Digital regroupe, d'une part, les activités d'édition de contenus et de communautés thématiques via internet, la monétisation des audiences digitales générées et le développement d'offres physiques à destination de ces publics (achats de boxes, magazines, événements ...), et d'autre part des activités d'agences et de marketing digital.

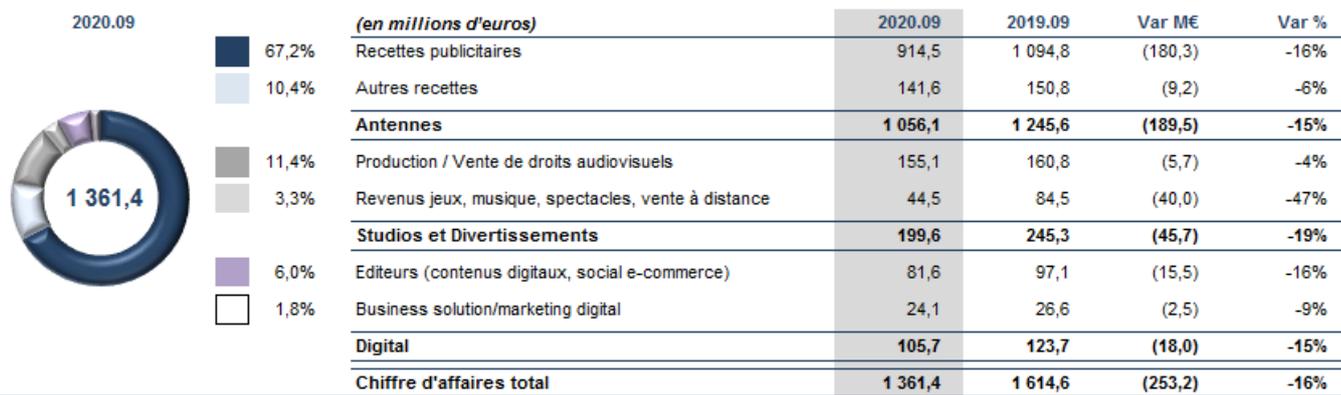
Les activités de création de contenus comprennent notamment les activités de création et d'achat d'audiences, via des contenus thématiques mis en ligne et le développement de marques, la constitution et l'animation de communautés digitales par thème, le développement et la diffusion de talents via les chaînes vidéo sur internet (Multi Channel Network « MCN »). Leur monétisation est réalisée via la commercialisation d'espaces publicitaires digitaux, au travers de contrats de régie de gré à gré et de plateformes d'enchères programmatiques, et la commercialisation de boxes physiques, de magazines et d'événements physiques avec le concours d'annonceurs. Parallèlement, les activités d'agences et de marketing digital regroupent toutes les prestations de services à destination des annonceurs digitaux, telles que notamment les prestations d'agences publicitaires, le développement et le ciblage d'audience via les sites de e-commerce et les réseaux sociaux, et les services d'affiliation.

<i>(en millions d'euros)</i>	ANTENNES		STUDIOS ET DIVERTISSEMENTS		DIGITAL		TOTAL GROUPE TF1	
	2020.09	2019.09	2020.09	2019.09	2020.09	2019.09	2020.09	2019.09
<i>COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL</i>								
Chiffre d'affaires des secteurs	1 076,1	1 265,2	205,0	252,1	105,7	123,7	1 386,8	1 641,0
Eliminations opérations intersecteurs	(20,0)	(19,6)	(5,4)	(6,8)	-	-	(25,4)	(26,4)
CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE	1 056,1	1 245,6	199,6	245,3	105,7	123,7	1 361,4	1 614,6
<i>Dont Chiffre d'affaires Publicitaire</i>	914,5	1 094,8	0,4	-	48,0	63,5	962,9	1 158,3
<i>Dont Chiffre d'affaires Autres</i>	141,6	150,8	199,2	245,3	57,7	60,2	398,5	456,3
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT	127,6	156,6	7,2	25,0	(9,2)	2,8	125,6	184,4
% marge opérationnelle contributive Groupe	12%	13%	4%	10%	-9%	2%	9%	11%
<i>Charges d'intérêts sur obligations locatives</i>	(1,2)	(1,4)	(1,2)	(1,2)	(0,2)	(0,3)	(2,6)	(2,8)
RESULTAT OPERATIONNEL COURANT après loyer	126,4	155,2	6,1	23,8	(9,4)	2,5	123,0	181,6
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	(2,2)	0,4	0,1	(0,2)	-	(0,5)	(2,1)	(0,3)

Le résultat opérationnel courant après loyer correspond au résultat opérationnel courant après prise en compte des charges d'intérêts sur obligations locatives.

4. Décomposition du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du groupe TF1 à fin septembre 2020 se décompose de la manière suivante :



5. Goodwill

Conformément à la norme IFRS 3 révisée, le groupe TF1 a décidé, pour les acquisitions de la période, de ne pas réévaluer les intérêts minoritaires à la juste valeur, les goodwill sont en conséquence comptabilisés à l'actif du bilan en quote-part Groupe uniquement.

(en millions d'euros)	Antennes	Studios Divertissements	et Digital	TOTAL
<i>Goodwill au 1er janvier 2019</i>	407,7	164,1	245,3	817,1
Acquisitions	-	12,9	1,2	14,0
Cessions	-	-	-	-
Change	-	-	-	-
Reclassement	-	-	-	-
Dépréciation	-	-	-	-
<i>Goodwill au 30 septembre 2019</i>	407,7	177,0	246,4	831,1
<i>Goodwill au 1er janvier 2020</i>	407,7	192,3	245,2	845,2
Acquisitions	-	0,8	-	0,8
Cessions	-	-	-	-
Change	-	(0,7)	-	(0,7)
Ajustement	-	(0,1)	-	(0,1)
Reclassement	-	-	-	-
Dépréciation	-	-	-	-
<i>Goodwill au 30 septembre 2020</i>	407,7	192,3	245,2	845,2

Tests de dépréciations des goodwill :

Au 31 décembre 2019, les tests de dépréciations des goodwill ont été réalisés en déterminant les valeurs recouvrables sur la base :

- des projections des flux de trésorerie sur une période de trois ans correspondant au plan d'affaires présenté et validé par le Conseil d'Administration de TF1 à fin 2019,
- des flux de trésorerie appréciés au-delà de l'horizon de la prévision (cash flows normatifs) extrapolés en utilisant un taux de croissance à l'infini, compris entre 1% et 2,5% en fonction des natures d'activités des UGT,
- les taux d'actualisation (coût moyen pondéré du capital) mesurés à partir des données de marché à fin 2019.

Au 31 mars 2020, le recul d'activité avait conduit à constater un indice de perte de valeur. Dans la mesure où les informations connues à cette date ne permettaient pas d'estimer les conséquences sur les projections de cash-flows normatifs de la crise liée à la pandémie, la valeur des goodwill au 31 mars 2020 avait été appréciée à partir des travaux et des analyses de sensibilité réalisés fin 2019 et de taux d'actualisation mis à jour au 31 mars 2020 (cf. note annexe n°5 des comptes trimestriels à fin mars 2020).

Au 30 juin 2020, la crise sanitaire liée au Covid-19 s'est traduite sur le premier semestre 2020 par un fort recul de l'activité du Groupe (baisse des recettes publicitaires Télévision et digitales, arrêt de tournages de production et événements culturels) qui a pesé sur la performance opérationnelle du Groupe. Ces éléments, conjugués à la baisse du cours de bourse, constituaient un indice de perte de valeur, en particulier pour les activités du Groupe dont le modèle économique est encore relativement récent et en évolution constante et rapide.

TF1 - Comptes consolidés condensés et annexes des 9 premiers mois

Dans ce contexte, le plan d'affaires établi à fin 2019 a été revu à fin juin 2020 afin de simuler les conséquences de la crise actuelle, telles qu'elles ont pu être estimées à date, sur les projections de flux de trésorerie prévisionnels 2020 – 2021 – 2022, aboutissant à une simulation présentée en Conseil d'Administration du 28 juillet 2020 pour les années 2020 à 2022.

La valeur des goodwill au 30 juin 2020 a été appréciée à partir de cette simulation des flux de trésorerie prévisionnels et des taux d'actualisation mis à jour au 30 juin 2020, conformément à la méthode appliquée par le Groupe à fin d'année 2019, telle que décrite dans la note 7.3.1 de l'annexe aux comptes consolidés de l'exercice 2019.

A fin juin 2020, les taux d'actualisation s'établissent à 6,22% pour les UGT Antennes et Studios et divertissements contre 6,14% à fin décembre 2019, et à 8,76% pour l'UGT Digital contre 7,85% à fin décembre 2019.

Concernant l'UGT Digital, compte tenu de la baisse significative des revenus publicitaires constatés au premier semestre 2020 et des incertitudes sur le rythme de reprise de ces activités en France dans un contexte global de forte croissance sur le marché publicitaire digital, les flux de trésorerie prévisionnels issus de la simulation sur 2020 –2022 ont été prolongés sur 2023 et 2024 pour mieux appréhender le scénario de reprise de ces activités, et retrouver le niveau de croissance long terme de ce secteur intégré dans l'extrapolation des flux au-delà de 2024 (maintien du taux de croissance à l'infini retenu à fin 2019).

Sur la base de ces hypothèses, les conclusions des tests conduits n'ont pas mis en évidence de dépréciation des goodwill des UGT au 30 juin. Néanmoins, il convient de noter que la valeur recouvrable de l'UGT Digital est sensiblement égale à la valeur comptable de l'actif immobilisé net, ce que confirment les travaux de valorisation de l'UGT Digital menés par un expert indépendant.

Au 30 septembre 2020, en l'absence de nouveaux indices de perte de valeur, les tests n'ont pas fait l'objet d'une mise à jour.

6. Immobilisations incorporelles : droits audiovisuels et autres immobilisations incorporelles

Le poste immobilisations incorporelles est composé des droits audiovisuels et autres immobilisations incorporelles comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>30 septembre 2020</i>	<i>31 décembre 2019</i>
Droits audiovisuels	184,8	157,4
Autres immobilisations incorporelles	153,6	155,1
Total	338,4	312,5

7. Stocks : Droits de diffusion et autres stocks

Le poste stocks est essentiellement composé des programmes et droits de diffusion :

<i>(en millions d'euros)</i>	<i>30 septembre 2020</i>	<i>31 décembre 2019</i>
Programmes et droits de diffusion	559,0	508,2
Autres stocks	16,4	13,2
Total	575,4	521,4

8. Coentreprises et les entités associées

Le détail des participations dans les coentreprises et les entités associées est présenté dans le tableau suivant :

(en millions d'euros)	Vertical Station	Série Club	Autres	TOTAL
1 ^{er} janvier 2019	9,5	10,0	1,3	20,8
Quote-part de résultat	(0,5)	0,4	(0,2)	(0,3)
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	(0,5)	-	(0,5)
Variation de périmètre et reclassement	-	-	1,0	1,0
Autres	-	-	-	-
30 septembre 2019	9,0	9,9	2,1	21,0
1 ^{er} janvier 2020	-	9,9	2,4	12,3
Quote-part de résultat	-	0,8	(2,9)	(2,1)
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	-	-	(0,1)	(0,1)
Autres	-	-	1,8	1,8
30 septembre 2020	-	10,7	1,2	11,9

9. Trésorerie nette

La trésorerie nette du Groupe est constituée des éléments suivants :

- La trésorerie brute, comprenant les disponibilités, dépôts à vue, équivalents de trésorerie, concours bancaires courants et comptes courants passifs,
- L'endettement financier brut, comprenant les passifs financiers à long terme et à court terme,
- Les actifs financiers contractuellement affectés au remboursement de dettes financières.

L'endettement/excédent financier n'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes.

Elle peut être détaillée de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2019.12	Ecart de conversion de périmètre		de Changement de périmètre	Flux de trésorerie	de JV capitaux et variations de résultat	en Autres et variations	2020.09
Trésorerie et équivalents de trésorerie	105,3		2,3		102,1			209,7
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-							-
Trésorerie passive	(2,7)				(8,1)			(10,8)
Trésorerie disponible	102,6	-	2,3		94,0	-	-	198,9
Juste valeur des instruments dérivés de taux	-							-
Emprunts long terme	(200,1)	4,3			70,1	(4,9)	8,9	(121,7)
Dettes financières court terme hors trésorerie passive	(28,8)	1,5			(115,6)	-	(5,0)	(147,9)
Endettement brut	(228,9)	5,8	-		(45,5)	(4,9)	3,9	(269,6)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)	(126,3)	5,8	2,3		48,5	(4,9)	3,9	(70,7)
Obligations locatives ⁽¹⁾	(99,5)				(14,4)		22,4	(91,5)
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) y compris obligations locatives	(225,8)	-	2,3		34,1	(4,9)	26,3	(162,2)

Sont principalement constituées du paiement des obligations locatives du groupe sur l'exercice et des nouvelles obligations liées à la conclusion de nouveaux contrats de location sur la période.

Au 30 septembre 2020, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 965 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 30 septembre 2020, les tirages ont été réalisés à hauteur de 166 millions d'euros pour le pôle Newen.

TF1 - Comptes consolidés condensés et annexes des 9 premiers mois

La variation de la trésorerie brute du Groupe est détaillée dans le tableau des flux de trésorerie, les éléments composant la trésorerie brute à la clôture sont détaillés ci-dessous :

(en millions d'euros)	2020.09	2019.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	209,7	105,3
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	-
Comptes courants de trésorerie passifs	(0,2)	(0,1)
Concours bancaires courants	(10,6)	(2,7)
Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie	198,9	102,5

10. Tableau des flux de trésorerie – incidences des variations de périmètre

Au 30 septembre 2019, les éléments présentés dans les variations de périmètre du tableau de flux de trésorerie correspondent principalement aux incidences de l'entrée du groupe De Mense dans le périmètre du groupe TF1 au premier trimestre 2019.

11. Dividendes distribués

L'Assemblée Générale Mixte a décidé de renoncer à la distribution d'un dividende lors de l'Assemblée Générale du 17 avril 2020, conformément à la proposition du Conseil d'Administration qui a souhaité participer aux actions de solidarité et aux efforts qui sont demandés à tous nos partenaires et collaborateurs.

	Versé en 2020	Versé en 2019
Dividende total (en millions d'euros)	-	84,0
Dividende par action ordinaire (en euro)	-	0,40

12. Événements postérieurs à la clôture

Le groupe n'a pas identifié d'évènement postérieur à la clôture.

Télévision Française 1
Société anonyme au capital de 42 078 598,20 € – 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>