



**LE GROUPE**

Rapport financier  
semestriel 2020

# Rapport financier – 1<sup>er</sup> semestre 2020

<b>1. Information financière – 1<sup>er</sup> semestre 2020</b>	<b>3</b>
1.1. Résultats consolidés	3
1.2. Faits marquants du semestre	5
1.3. Analyse des résultats consolidés	7
1.4. Information sectorielle	8
1.5. Perspectives	12
1.6. Evénements importants postérieurs à la clôture	12
1.7. Responsabilité sociétale de l'entreprise	12
1.8. Gouvernance	13
1.9. Point social	14
1.10. Performances boursières	14
1.11. Evolution du capital	14
1.12. Transaction avec les parties liées	14
1.13. Facteurs de risques	14
1.14. Calendrier prévisionnel	16
<b>2. Comptes consolidés condensés du 1<sup>er</sup> semestre 2020</b>	<b>17</b>
Compte de résultat consolidé	17
Etat des produits et charges comptabilisés	18
Etat consolidé des flux de trésorerie	19
Bilan consolidé (actif)	20
Bilan consolidé (passif)	21
Tableau de variation des capitaux propres consolidés	22
Notes annexes aux états financiers consolidés	23
<b>3. Rapport des commissaires aux comptes</b>	<b>31</b>
<b>4. Attestation du responsable du rapport financier semestriel</b>	<b>33</b>

# 1. Information financière – 1<sup>er</sup> semestre 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<sup>er</sup> janvier 2019.

<i>En millions d'euros</i>	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2019</b>
Chiffre d'affaires consolidé	<b>883,5</b>	<b>1 145,2</b>
<i>Chiffre d'affaires publicitaire Groupe</i>	<i>616,4</i>	<i>836,0</i>
<i>Chiffre d'affaires des autres activités</i>	<i>267,1</i>	<i>309,2</i>
Résultat opérationnel courant	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>
Résultat opérationnel	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>
Résultat net part du Groupe	<b>38,4</b>	<b>107,3</b>
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	<b>138,7</b>	<b>235,7</b>
Bénéfice net des activités poursuivies par action (€)	<b>0,18</b>	<b>0,51</b>
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (€)	<b>0,18</b>	<b>0,51</b>
Total capitaux propres part du Groupe	<b>1 589,5</b>	<b>1 562,4</b>
Dette/Trésorerie nette des activités poursuivies <sup>1</sup>	<b>(22,1)</b>	<b>(126,3)</b>
	<b>S1 2020</b>	<b>S1 2019</b>
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 268	210 153
Cours de clôture fin d'exercice (en euros)	4,81	9,26
Capitalisation boursière de fin d'exercice (en milliards d'euros)	1,01	1,95

<sup>1</sup> 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€)	T1 2020	T1 2019	T2 2020	T2 2019	S1 2020	S1 2019	Var.	Var. %
Publicité Groupe	356,7	394,9	259,7	441,1	616,4	836,0	(219,6)	-26,3%
Autres activités	137,2	158,8	129,9	150,4	267,1	309,2	(42,1)	-13,6%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>								
Antennes	389,9	419,7	293,4	471,1	683,3	890,8	(207,5)	-23,3%
<i>Dont publicité</i>	341,7	375,6	244,4	415,8	586,1	791,4	(205,3)	-25,9%
Studios et Divertissements	68,5	93,5	63,3	75,3	131,8	168,8	(37,0)	-21,9%
Unify	35,5	40,5	32,9	45,1	68,4	85,6	(17,2)	-20,1%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>493,9</b>	<b>553,7</b>	<b>389,6</b>	<b>591,5</b>	<b>883,5</b>	<b>1 145,2</b>	<b>(261,7)</b>	<b>-22,9%</b>
<b>Coût des programmes</b>	<b>(199,1)</b>	<b>(222,1)</b>	<b>(139,7)</b>	<b>(224,1)</b>	<b>(338,8)</b>	<b>(446,2)</b>	<b>107,4</b>	<b>-24,1%</b>
Antennes	43,8	49,9	32,1	92,6	75,9	142,5	(66,6)	-46,7%
Studios et Divertissements	2,1	13,1	(2,1)	4,2	0,0	17,3	(17,3)	-100,0%
Unify	(3,9)	(0,1)	(4,2)	3,3	(8,1)	3,2	(11,3)	N/A
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>42,0</b>	<b>62,9</b>	<b>25,8</b>	<b>100,1</b>	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>	<b>(95,2)</b>	<b>-58,4%</b>
Taux de marge opérationnelle courante	8,5%	11,4%	6,6%	16,9%	7,7%	14,2%	-	-6,6pts
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>24,0</b>	<b>40,6</b>	<b>14,4</b>	<b>66,7</b>	<b>38,4</b>	<b>107,3</b>	<b>(68,9)</b>	<b>-64,2%</b>

## Détail du coût des programmes

<i>En millions d'euros</i>	S1 2020	S1 2019
<b>Total coût des programmes</b>	<b>(338,8)</b>	<b>(446,2)</b>
Fictions / Téléfilms / Séries / Théâtre	(109,0)	(150,2)
Variétés / Jeux / Magazines	(107,1)	(138,2)
Information (incluant LCI)	(65,7)	(70,2)
Films	(52,3)	(55,5)
Jeunesse	(4,2)	(5,3)
Sport	(0,5)	(26,9)

## 1.2. Faits marquants du semestre

### 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<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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<sup>er</sup> 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+

## TF1 - Information financière – 1er semestre 2020

annoncent la création de l'Association Technique 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<sup>ème</sup> 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.

## 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<sup>er</sup> janvier 2019.

### Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 2020 s'élève à 883,5 millions d'euros, en recul de 261,7 millions d'euros (-22,9%). Hors effet périmètre<sup>1</sup>, le chiffre d'affaires du groupe TF1 est en baisse de -22,6%.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 616,4 millions d'euros, en fort recul sur un an (-26,3%). Après un début d'année impacté par les premiers effets de la crise liée au Covid-19, le deuxième trimestre est fortement en baisse en raison de l'annulation massive ou reports de campagnes publicitaires.

### 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 338,8 millions d'euros. La forte réactivité du Groupe pour adapter les investissements en grille à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire a permis de générer 107,4 millions d'euros d'économies sur le premier semestre. Les mesures adoptées par le Groupe incluent notamment une offre d'information renforcée sans coût supplémentaire, l'achat de programmes à coûts optimisés et l'augmentation du nombre de rediffusions.

#### Autres charges, amortissements et provisions

Sur le premier semestre 2020, les autres charges, amortissements et provisions sont en recul de 59,1 millions d'euros, principalement en lien avec la déconsolidation de Téléshopping au T2 2019 et les économies liées à la crise.

### Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant s'élève à 67,8 millions d'euros, en recul de 95,2 millions d'euros. Cette baisse est limitée sur l'ensemble du semestre grâce à un effort important du Groupe pour réaliser des économies de coûts et proposer une offre de programmes adaptés au contexte de crise.

Impact Covid-19 : au global, l'impact de la crise sanitaire et ses conséquences sur les performances du Groupe au cours du premier semestre se traduisent par une perte d'opportunité de chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros et un impact sur le résultat opérationnel courant de l'ordre de 100 millions d'euros.

### Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel s'élève à 67,8 millions d'euros, en recul de 95,2 millions d'euros.

### Résultat net

Le résultat net part du Groupe s'établit à 38,4 millions d'euros, en recul de 68,9 millions d'euros.

### Structure financière

Au 30 juin 2020, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 589,5 millions d'euros pour un total de bilan de 3 446,2 millions d'euros.

L'effet de saisonnalité et l'absence de versement de dividende à date permettent au groupe TF1 d'afficher une dette nette de 22,1 millions d'euros au 30 juin 2020, avant prise en compte des obligations locatives (dette nette de 114,3 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 juin 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 juin 2020, les tirages ont été réalisés à hauteur de 164 millions d'euros pour le pôle Newen.

<sup>1</sup> 7,4 millions d'euros d'effet périmètre (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

## 1.4. Information sectorielle

### Antennes

#### Chiffre d'affaires

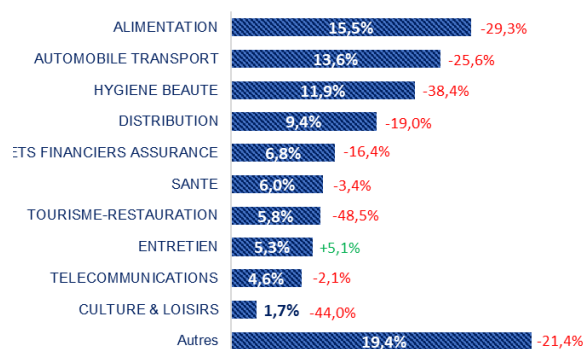
Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 683,3 millions d'euros, en recul de 207,5 millions d'euros sur un an (-23,3%).

- Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, au premier semestre 2020, à 586,1 millions d'euros, en baisse de -205,3 millions d'euros (-25,9%). Dès le mois de mars, les annonceurs ont annulé ou reporté leurs campagnes publicitaires. Cette situation s'est fortement accélérée en avril et mai pendant la période de confinement. Depuis le déconfinement, la baisse ralentit grâce au retour progressif des annonceurs dans certains secteurs tels que les télécoms, le e-commerce, la santé. La régie publicitaire de TF1 a été active pendant cette période de crise en accompagnant ses clients dans l'élaboration de leurs messages publicitaires et en attirant de nouveaux annonceurs.

- Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en baisse de -2,2 millions d'euros sur un an. Hors impact de la revente des droits sportifs de la Coupe du Monde de Football féminine au deuxième trimestre 2019, le chiffre d'affaires est en progression sur un an grâce aux bonnes performances de l'interactivité dans les programmes *Koh-Lanta*, *Petits plats en équilibre* ou *Les 12 coups de midi*.

Sur le premier semestre 2020, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes reculer de 24,9% par rapport au premier semestre 2019.

L'évolution des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) par secteur sur le S1 2020, pour les cinq chaînes en clair, est présentée ci-dessous.



Source : Kantar Média, S1 2020 vs. S1 2019.

#### Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 75,9 millions d'euros, en baisse de 66,6 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante à 11,1% (-4,9 points sur un an). Les économies réalisées sur le coût de la grille ont permis d'absorber plus de la moitié de la baisse des revenus publicitaires des Antennes, traduisant la capacité d'adaptation rapide du Groupe.

#### Marché des chaînes en clair<sup>2</sup>

Sur le premier semestre 2020, la durée d'écoute de la télévision progresse et atteint, pour les Individus âgés de 4 ans et plus, 3h56 de consommation quotidienne, en hausse de +26 minutes sur un an. Un gain qui se fait principalement pendant la période de confinement, période au cours de laquelle la consommation quotidienne a atteint 4h34 en moyenne (+1h09 sur un an). 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 3h30 sur le semestre, en hausse de +20 minutes sur un an.

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 continue de faire évoluer la mesure d'audience pour coller au plus près à la consommation réelle du média télévisé : intégration de la consommation hors domicile depuis le 30 mars 2020 (l'apport du hors domicile a été mesuré à environ +10 minutes sur le début d'année 2020, avant le confinement), et prise en compte de la mesure des autres écrans à domicile prévue pour 2021.

#### Audiences des chaînes en clair<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Source : Médiamétrie - Médiamat

<sup>3</sup> Source : Médiamétrie



Au cours du premier semestre et dans le contexte de crise lié au Covid-19, le groupe TF1 bénéficie de l'engouement notable des français pour le média TV et parvient à maintenir son *leadership* sur l'ensemble des publics clés :

- 29,6% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (stable sur un an) ;
- 31,9% de part d'audience sur les FRDA<50 (-0,8 pt vs S1 2019).

### TF1

En cette période de crise, TF1 confirme sa capacité de rassemblement unique dans tous les genres de programmes et auprès de tous les publics, atteignant des niveaux d'audience record. Pendant la période de confinement, le Groupe a adapté son offre d'information et de contenus afin de répondre au mieux au besoin d'information des français et de continuer à les divertir. La chaîne TF1 a ainsi réalisé 15 des 20 meilleures audiences programmes (hors programmes d'information) durant la période de confinement. Le déconfinement n'a pas entamé cette belle dynamique : en juin, TF1 a proposé 25 programmes qui ont réuni plus de 6 millions de téléspectateurs.

- **Fictions françaises** : *Demain nous appartient* marque un très bon retour dès sa reprise en juin, après un arrêt du tournage et de la diffusion pendant la période de confinement. A la veille de son 3<sup>ème</sup> anniversaire, les audiences de la saga quotidienne diffusée en *access* atteignent jusqu'à 3,9 millions de téléspectateurs pour 23% de part d'audience en moyenne sur la cible des FRDA<50.
- **Séries étrangères** : malgré le contexte particulier lié à la crise du Covid-19, le Groupe a diffusé une nouvelle série médicale au cours du deuxième trimestre qui a suscité l'engouement. *The Resident* a en effet trouvé son public en réalisant 35% de part d'audience sur la cible des FRDA<50 et en rassemblant jusqu'à 5,2 millions de téléspectateurs.
- **Information** : en cette période d'actualité dense liée à la crise du Covid-19, TF1 a su renouveler et étoffer son offre d'information, largement plébiscitée par les français. La chaîne a choisi de rallonger significativement ses journaux télévisés afin de couvrir de la façon la plus complète et rigoureuse possible la crise sanitaire tout en donnant à voir quotidiennement les initiatives positives des français dans de nouvelles chroniques. Pendant la période de confinement, TF1 a ainsi réalisé 16 des 20 meilleures audiences

d'information avec en tête 14,6 millions de téléspectateurs devant la *Déclaration du Président de la République* le 13 avril dernier (37,3% de part d'audience sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus). En juin, TF1 a continué à se positionner comme l'information référente des français : le journal de 20H a réuni en moyenne 6,1 millions de téléspectateurs (et jusqu'à 9,9 millions le dimanche 14 juin) pour 28% de part d'audience sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, et le journal de 13H a maintenu son *leadership* incontesté avec 40,6% de part d'audience sur cette même cible.

- **Divertissement** : l'offre adaptée de TF1 à la crise du Covid-19 a trouvé son public et confirme le succès des grandes marques de flux de la chaîne. *Koh Lanta* a offert une soirée d'évasion aux téléspectateurs chaque vendredi et 6 épisodes de l'émission culte se placent dans le top 20 des audiences pendant le confinement (hors programmes d'information), atteignant jusqu'à 7,6 millions de téléspectateurs. Le retour à l'écran rapide de *C'est Canteloup* a réuni jusqu'à 7,9 millions de téléspectateurs. Enfin, *The Voice*, émission phare de TF1, a connu une saison exceptionnelle avec 32% de part d'audience en moyenne sur la cible des FRDA<50 et jusqu'à 5 millions de téléspectateurs chaque samedi.
- **Cinéma** : TF1 a décidé de renforcer son offre cinéma autour de deux propositions fortes : des comédies populaires culte, à l'image des *Visiteurs* (meilleure audience sur la période, tout programme confondu (hors programmes d'information) avec 8 millions de téléspectateurs et des franchises internationales familiales, comme la saga *Harry Potter* (les 5 premiers volets ont attiré plus de 7 millions de téléspectateurs chacun).

### Chaînes TNT

Au cours du 1<sup>er</sup> semestre 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 9,7 % de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, en léger recul sur un an.

### TMC

TMC confirme son *leadership* sur les chaînes de la TNT au deuxième trimestre 2020, toutes cibles confondues, avec une part d'audience à 3,1% sur les Individus âgés de 4 ans et plus, et 4,1% sur les

## TF1 - Information financière – 1er semestre 2020

FRDA<50 et les Individus âgés de 25 à 49 ans. La chaîne a adapté sa grille aux circonstances exceptionnelles liées à la crise du Covid-19 et a remporté un franc succès avec les programmes suivants :

- *Quotidien* a réalisé en juin son mois record en rassemblant 1,9 million de téléspectateurs et sa meilleure audience historique avec jusqu'à 2,5 millions de téléspectateurs ;
- l'offre cinéma a su fédérer avec, entre autres, les succès de *Mechanic Resurrection* et *Le Transporteur* qui ont réuni respectivement 1,6 et 1,5 million de téléspectateurs ;
- Les documentaires et les divertissements proposés par la chaîne ont conforté leur succès avec 1,1 million de téléspectateurs devant *Martin Weill : Covid-19 – La fin de l'American Dream ?*

### TFX

Au deuxième trimestre 2020, la chaîne conserve sa place de troisième chaîne de la TNT sur la cible des FRDA<50 avec 3,2 % de part d'audience, en légère hausse par rapport au deuxième trimestre 2019 (+0,1 point). Cette performance s'explique par :

- Un fond de grille *leader* sur la TNT sur les FRDA<50 avec les succès renouvelés de programmes incontournables comme *Une nounou d'enfer*, *Super Nanny* ou encore *Total Reno* ;
- Les flux et les films qui constituent toujours le top de la chaîne en *prime time* avec *Les bêtisiers* (0,7 million de téléspectateurs en moyenne), *Appels d'urgences* (0,6 million de téléspectateurs en moyenne) ou le film *Oblivion* (1,1 million de téléspectateurs) ;
- Une valorisation efficace des marques TF1 avec en moyenne 0,8 million de téléspectateurs pour *Camping Paradis*.

### TF1 Séries Films

Au deuxième trimestre 2020, la chaîne maintient sa deuxième position des chaînes TNT HD sur les Individus âgés de 4 ans et plus (1,7% de part d'audience) et les FRDA<50 (2,5% de part d'audience) et est *leader* sur ces deux cibles en *prime time*. Pendant la période de confinement liée à la crise du Covid-19, la chaîne a montré que les fictions françaises (séries ou unitaires) sont une valeur sûre et fédératrice avec les succès d'audience d'*Alice Nevers* ou de *Le mec d'à côté* (toutes deux rassemblant 0,9 million de téléspectateurs en moyenne sur l'ensemble du trimestre). TF1 Séries Films a également proposé une offre cinéma puissante en soirée avec des films culte comme *L'Arme fatale 4* (1,2 million de

téléspectateurs) ou encore *La résurrection du Christ* (0,9 million de téléspectateurs).

### LCI

Au cours du premier semestre 2020, LCI reste la deuxième chaîne d'information avec une part d'audience de 1,3% sur les Individus âgés de 4 ans et plus, soit +0,3 point sur un an.

Au mois de juin, LCI confirme sa position de *leader* des chaînes d'information en termes de durée d'écoute par téléspectateur avec une moyenne de 30 minutes par jour. En cette période de crise au cours de laquelle l'actualité est dense et particulièrement regardée par les français, LCI a su se démarquer avec, entre autres, l'édition spéciale de *24h Pujadas* avec le Professeur Raoult qui a permis à la chaîne de se placer 1<sup>ère</sup> chaîne d'information lors de sa diffusion avec 722 000 téléspectateurs.

### 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 liée à la crise du Covid-19.

### TF1 Films Production<sup>4</sup>

En raison de l'épidémie du Covid-19, les salles de cinéma ont fermé le 15 mars 2020. Elles ont réouvert progressivement à partir du 22 juin. TF1 Films Productions n'a donc pas sorti de film pendant cette période et a reporté les sorties prévues. En parallèle, compte tenu du contexte particulier, le chiffre d'affaires généré par le catalogue est en augmentation par rapport à l'année dernière.

La contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires sur le premier semestre 2020 est stable sur un an, et le résultat opérationnel courant est en amélioration.

### TF1 Production

En raison de la crise épidémique, TF1 Production voit une perte d'activité sur le premier semestre 2020 en raison des décalages de livraison d'une grande partie de ses magazines et le report, en 2021, des compétitions sportives initialement prévues au premier semestre 2020.

En conséquence, si le chiffre d'affaires reste stable sur un an, le résultat opérationnel de TF1 Production est en fort recul.

<sup>4</sup> Source : CNC et CBO Box Office

### e-TF1

Malgré l'absence d'événement sportif majeur due à la crise épidémique, l'interactivité enregistre une hausse de son chiffre d'affaires, portée par les excellentes performances des programmes quotidiens (*Petits Plats en équilibre* et *Les 12 coups de midi*) ainsi que de *Koh-Lanta* et *Auto-Moto* dont les formats et le nombre de diffusions ont été adaptés à la crise.

Malgré la baisse de chiffre d'affaires de MYTF1 sur un an (baisse des revenus publicitaires), les revenus de e-TF1 sont en légère hausse sur un an en cumulé à fin juin 2020 et le résultat opérationnel courant est en baisse.

### Chaînes thématiques (TV Breizh, Ushuaïa TV et Histoire TV)<sup>5</sup>

Au premier semestre 2020, les 3 chaînes thématiques enregistrent des audiences record avec :

- Ushuaïa TV qui se place deuxième chaîne de l'univers Découverte en forte progression sur son cœur de cible (3,8 millions de visiteurs touchés chaque mois) ;
- Histoire TV qui se place *leader* sur la thématique historique avec 3,6 millions de téléspectateurs
- TV Breizh qui confirme sa position de numéro 1 des chaînes thématiques pour la 7<sup>ème</sup> fois consécutive avec 0,7% de part d'audience et atteint sa couverture record avec 7,1 millions d'individus touchés chaque mois.

Le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant de l'ensemble des chaînes payantes sont en recul sur le premier semestre 2020 versus 2019 en lien avec le recul des recettes publicitaires et la renégociation du contrat de distribution avec Canal+.

## Studios et Divertissements

### Studios

#### Newen Studios

Au premier semestre, l'impact de la baisse d'activité de Newen liée à l'arrêt des tournages en France et à l'étranger pendant la période de confinement est partiellement compensé par l'entrée dans le périmètre de la société canadienne Reel One acquise au quatrième trimestre 2019. De plus, Newen a été l'un des premiers producteurs à reprendre l'activité de production de ses deux

quotidiennes phares (*Demain Nous Appartient* et *Plus Belle La Vie*) dès mi-mai pour une livraison des épisodes en juin. Enfin, le carnet de commandes à fin juin reste élevé à plus de 1 500 heures, traduisant des reports de livraisons des productions commandées.

### 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. Dans le même temps, l'activité de MYTF1 VOD a été en croissance, notamment pendant le confinement.

Ainsi, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel courant du 1er semestre 2020 sont en retrait par rapport à 2019.

### 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 au 1<sup>er</sup> semestre 2019 en raison de la fermeture à compter de mi-mars de la Seine Musicale, de l'annulation des spectacles et au report ou annulation de projets par le label musical Play Two.

## Unify

Les audiences des sites Marmiton et Doctissimo ont particulièrement crû au premier semestre (437 millions de visites sur le site Marmiton, soit +56% sur un an) grâce à une ligne éditoriale recentrée sur le quotidien et les besoins des français en particulier pendant la période de confinement.

Les revenus du pôle Unify s'établissent à 68,4 millions d'euros, en recul de 17,2 millions d'euros sur un an.

Depuis le début du mois de mars, les activités de publicité digitale, de programmation et de services aux annonceurs, en France comme à l'étranger, ont été fortement impactées par les annulations, reports ou absences de campagnes et d'événements.

L'activité de e-commerce communautaire (vente de box) a résisté sur le premier semestre, portée par les campagnes publicitaires TV pour My Little Box et Gambettes Box sur les chaînes du groupe

<sup>5</sup> Vague 39 Mediamat/Thématik (janvier – juin 2020)

## TF1 - Information financière – 1er semestre 2020

TF1 qui ont permis de soutenir les ventes de box et de recruter de nouveaux abonnés.

Le résultat opérationnel courant s'élève à -8,1 millions d'euros, en diminution de 11,3 millions d'euros en lien avec le recul de l'activité.

### 1.5. Perspectives

Compte tenu des impacts de la crise liée au Covid-19 enregistrés au premier semestre et des incertitudes persistantes quant à l'évolution de la propagation du virus et de ses conséquences, le groupe TF1 renonce à ses objectifs pour l'année 2021, à savoir pour le pôle Unify, un chiffre d'affaires d'au moins 250 millions d'euros et un taux de marge d'EBITDA d'au moins 15%, et pour le Groupe, une amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés par rapport à celle de 2018.

Les résultats du premier semestre 2020 traduisent la rapide capacité d'adaptation du Groupe en termes de programmation et de gestion des coûts dans un contexte de forte baisse des revenus de l'ensemble de ses activités.

Depuis la fin du confinement, la tendance à la baisse des revenus publicitaires ralentit progressivement avec le retour d'une partie des annonceurs qui investissent de nouveau afin d'accompagner la reprise de la consommation.

Dès la rentrée, le Groupe proposera une programmation particulièrement riche et variée avec le retour des émissions phares (*Mask Singer* saison 2, *The Voice Kids*), la diffusion de films inédits (*Le Sens de la Fête* ou *A star is Born*), le lancement de nouveautés (*Grand Hôtel*, *HPI*, *Ici Tout Commence*) et enfin l'arrivée, sur LCI, de nouvelles personnalités telles que Darius Rochebin ou Eric Brunet.

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. Enfin, certaines activités telles que les spectacles ou événements musicaux restent toujours à l'arrêt sans visibilité de reprise.

### 1.6. Événements importants postérieurs à la clôture

Néant.

## 1.7. Responsabilité sociale de l'entreprise

### Solidarité

#### TF1 au service du monde associatif durant la crise sanitaire

Dès la mi-mars, le groupe TF1 a mis ses antennes et ses supports digitaux au service d'opérations solidaires en lien avec la Covid-19 avec des actions ciblées sur :

- Les besoins des hôpitaux / EHPAD qu'il s'agisse des personnels soignants, des malades et leurs familles ou encore le financement de matériel médical,
- La recherche médicale sur les virus émergents incluant les coronavirus,
- Le soutien des personnes démunies ou isolées particulièrement vulnérables durant la crise sanitaire,
- Les conséquences du confinement avec les violences faites aux femmes.

Le groupe TF1 a également adapté sa programmation avec des programmes dédiés aux associations / fondations jouant un rôle clé dans chacun de ces secteurs ci-dessus. Au total 40 émissions spéciales de *Qui veut gagner des millions ? à la maison* ont été diffusées à l'issue desquelles le groupe TF1 a reversé plus de 600 000 euros répartis entre les 4 associations suivantes : La Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France, La Fondation pour la Recherche Médicale, Les Restos du Cœur et la Fondation des Femmes.

Au total, ce sont près de 30 associations en lien avec la crise sanitaire qui ont été soutenues à travers la diffusion gracieuse de spots de sensibilisation ou d'appels aux dons pour certains produits par TF1 pro bono.

### Inclusion

#### Palmarès Ethics & Boards 2019

Le groupe TF1 est fier d'être le premier groupe média et de figurer à la 22<sup>ème</sup> place dans le Palmarès Ethics & Boards 2019 de la Féminisation des Instances Dirigeantes, parmi les 120 grandes entreprises françaises du SBF 120.

A travers une politique volontariste et ambitieuse de longue date, le groupe TF1 défend la place des femmes en interne et sur ses chaînes, en se positionnant comme un moteur de changement sur la question clé de l'égalité entre les femmes et les hommes en entreprise.

Ainsi, le Groupe poursuit le plan d'actions « Mixité femmes/hommes et performance » et dans ce cadre, il a mis en place des mesures à chaque stade de la vie professionnelle des collaboratrices : lors du recrutement, dans le suivi de carrière à travers des politiques de promotion et de rémunération, dans le suivi de carrière via des dispositifs de formation, mentoring, sensibilisation et enfin dans le soutien de la parentalité comme levier d'équité en entreprise.

Toutes ces actions portent leurs fruits, avec une hausse de la représentation des femmes au sein de l'entreprise et dans les instances de gouvernance. Ainsi, on compte aujourd'hui 45 % de femmes au Comité management contre 29 % en 2014 (top 160 managers).

### Congés d'accueil de l'enfant

Fortement engagé pour l'égalité entre les femmes et les hommes en entreprise, le groupe TF1 a modifié la durée des congés d'accueil de l'enfant pour permettre, au-delà du cadre de la loi, à tous les parents, femmes ou hommes, hétérosexuels ou homosexuels, de bénéficier d'un congé pour accueillir leur enfant biologique, adoptif, né par PMA ou GPA.

Initialement fixé à 11 jours calendaires, le congé paternité rebaptisé « congé d'accueil du second parent » est étendu à 4 semaines (soit 20 jours ouvrés). Il inclut les jours accordés pour la naissance, quel que soit le genre du second parent.

Le congé du parent ayant la charge principale de l'enfant (y compris celui né par PMA ou GPA) est fixé à 16 semaines. Cela vaut pour tout parent biologique ou adoptif, de sexe différent ou de même sexe que son conjoint/sa conjointe, et pour la famille monoparentale.

Le congé adoption est prolongé de 6 semaines supplémentaires afin de préparer l'arrivée de l'enfant au foyer.

### Le projet Moteur!

TF1 a renouvelé son partenariat avec le projet sociétal Moteur! qui, à travers un concours, incite des jeunes âgés de 14 à 22 ans de tous horizons

à réaliser un film d'1'30" sur une personne qui les inspire. Cette démarche vise à donner envie à ces jeunes de progresser et grandir à travers l'exemplarité de modèles inspirants et ainsi favoriser l'égalité des chances et l'insertion professionnelle des jeunes.

### Société durable

#### Prix EPE-LCI

A travers ce partenariat avec EPE (Entreprises pour l'environnement), LCI sensibilise son public aux questions environnementales.

L'appel à projets vise des étudiants et jeunes diplômés de moins de 30 ans qui souhaitent proposer des solutions concrètes pour mieux connecter leurs convictions écologiques à leur actuelle ou future activité professionnelle.

Cette année le thème était la "Vivons la nature en ville" ou comment permettre aux villes de demain d'assurer bien-être et santé à leurs citoyens et préservation de la biodiversité en milieu urbain.

Pour soutenir ce concours, LCI apporte du contenu éditorial et de la visibilité sur son site internet LCI.fr et participe au jury qui a décerné cette année le 1er prix à Les jeunes pousses, un projet de micro-ferme urbaine située à Avignon totalement dédiée à la transition écologique.

## 1.8. Gouvernance

Le Comité de Sélection et des Rémunérations a proposé au Conseil d'Administration de prendre en compte la gestion de la crise du Covid-19 dans la rémunération du dirigeant mandataire social au titre de 2020. Cette rémunération exceptionnelle, telle que prévue dans les principes généraux de rémunération au titre de 2020<sup>6</sup>, sera évaluée sur des critères définis.

Sur proposition du dirigeant mandataire social, le montant maximal de rémunération perçu hors son salaire fixe sera réduit d'un tiers et ne pourra excéder 100% de la rémunération fixe. Ces différents éléments seront soumis au vote des actionnaires lors de l'Assemblée Générale d'avril 2021.

Le Conseil d'Administration a pris acte du renouvellement des mandats d'Administrateurs de Catherine Dussart et d'Olivier Bouygues lors de l'Assemblée Générale des actionnaires du 17 avril 2020. De plus, le Conseil d'Administration a accueilli Sabrina Zerbib et Sophie Leveaux en qualité d'Administratrices représentantes du personnel et Charlotte Bouygues, Directrice E-

<sup>6</sup> Cf. chapitre 3.5.1 du Document d'Enregistrement Universel 2019.

## TF1 - Information financière – 1er semestre 2020

Commerce chez Aufeminin, représentante permanente de la société SCDM, en remplacement de Martin Bouygues. Le Conseil d'Administration a tenu à remercier Martin Bouygues pour ses 33 ans de participation au Conseil et de soutien au groupe TF1.

Le taux de 44 % d'Administrateurs indépendants est maintenu et le taux de femmes au Conseil d'Administration progresse à 56% (sans prendre en compte les deux administratrices représentantes du personnel).

### 1.9. Point social

Au 30 juin 2020, le groupe TF1 compte 3 202 collaborateurs en CDI.

### 1.10. Performances boursières

Au 30 juin 2020, l'action TF1 clôture à 4,81 euros, soit une baisse de 35,0 % depuis le début de l'année. Le CAC 40 et le SBF 120 connaissent sur cette même période une baisse de 17,4% et l'Euro Stoxx Europe 600 Media une baisse de 20,0%.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 30 juin 2020, de 1,012 milliard d'euros contre 1,556 milliard d'euros à fin 2019.

### 1.11. Evolution du capital

	Situation au 30 juin 2020		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
<b>Bouygues</b>	<b>91 946 297</b>	<b>43,7%</b>	<b>43,7%</b>
<b>Salariés TF1</b>	<b>17 715 281</b>	<b>8,4%</b>	<b>8,4%</b>
dont FCPE TF1 (3)	17 332 133	8,2%	8,2%
dont salariés au nominatif (4)	383 148	0,2%	0,2%
<b>Flottant</b>	<b>100 731 413</b>	<b>47,9%</b>	<b>47,9%</b>
dont flottant étranger (1)	50 486 949	24,0%	24,0%
dont flottant France (1) (2)	50 244 464	23,9%	23,9%
<b>Autodétention</b>	<b>4 583</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
<b>Total</b>	<b>210 397 574</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

(1) Estimations relevé Euroclear.

(2) Incluant les porteurs non identifiés.

(3) Actionnariat salarié au sein du plan d'épargne d'entreprise : le fonds commun de placement d'entreprise - FCPE TF1 ACTIONS - recueille l'épargne volontaire des collaborateurs et l'abondement versé par l'entreprise. Il est investi en actions TF1 par achat direct sur le marché. Le Conseil de Surveillance du FCPE TF1 Actions exerce les droits de vote attachés aux titres de capital détenus dans le portefeuille

et décide de l'apport de titres en cas d'offre publique.

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

### 1.12. Transaction avec les parties liées

Il n'y a pas eu d'évolution significative concernant les parties liées depuis la publication du Document d'Enregistrement Universel de TF1, déposé le 10 mars 2020 auprès de l'AMF (D.20-0118) hormis la variation du compte courant de trésorerie avec l'entité Bouygues Relais.

### 1.13. Facteurs de risques

Depuis début mars 2020, la crise liée à la propagation du Covid-19 a fortement impacté les activités du groupe TF1, en particulier pendant la période de confinement. L'ensemble de nos clients annonceurs ont été touchés entraînant un nombre important d'annulations de campagnes publicitaires à la télévision ou en digital plus ou moins important selon les secteurs. De plus, nos activités de production et de divertissement ont été impactées par l'arrêt des tournages et l'annulation des événements culturels (spectacles, événements musicaux, etc.).

Au global, l'impact de la crise sanitaire et ses conséquences sur les performances du Groupe au cours du premier semestre se traduisent par une perte d'opportunité de chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros et un impact sur le résultat opérationnel courant de l'ordre de 100 millions d'euros. Aussi, compte tenu des impacts de la crise liée au Covid-19 enregistrés au premier semestre et des incertitudes persistantes quant à l'évolution de la propagation du virus et de ses conséquences, il est difficile de quantifier précisément les impacts sur l'année 2020.

En conséquence, depuis la publication des principaux risques et de la politique de gestion mise en place face à ces risques dans le chapitre 2 « Risques et maîtrise » du Document d'Enregistrement Universel 2019 du groupe TF1 déposé le 10 mars 2020 sous le numéro n° D.20-0118, des éléments complémentaires sont apportés sur les points exposés ci-dessous notamment à la lumière des conséquences de la crise liée au Covid-19.

### Risques liés à la croissance de la télévision numérique terrestre et au développement d'internet et des nouveaux supports

#### Descriptif du risque

TF1 évolue dans un contexte concurrentiel en mutation permanente :

- Une baisse structurelle du temps consacré aux activités de télévision linéaire (baisse de la durée d'écoute individuelle) ; si le confinement a permis à la télévision d'attester de la vitalité, avec une forte hausse de la durée d'écoute au printemps 2020, il est probable que l'on revienne à une tendance plus proche de celle de ces dernières années dès la fin de la crise sanitaire. Toutefois, la nouvelle comptabilisation d'audience mise en place par Médiamétrie depuis avril 2020 avec la prise en compte de la consommation télévisée hors du domicile principal (sur tous les écrans : smartphones, tablettes, ...) permet désormais de valoriser la réalité des usages. A ce titre, l'apport du hors domicile a été mesuré à environ +10 minutes sur le début d'année 2020, avant le confinement.

### Risques liés aux conséquences de la crise Covid-19

#### Descriptif du risque

Risque de nouvelle crise sanitaire avec mise à l'arrêt nationale et internationale liée au Covid-19 (ou tout autre pandémie) qui aurait pour effet d'engendrer des difficultés d'alimentation en programmes, comme cela a pu se produire au premier semestre 2020, avec un impact à tous les niveaux de la production : interruption des tournages (fictions et flux) à l'exception des émissions d'information ; arrêt des doublages et de la post-production ; approvisionnement en programmes étrangers lacunaire (notamment en séries et téléfilms américains qui alimentent une part conséquente des grilles des antennes du Groupe) ; et report de tous les événements sportifs. Des risques également à plus long terme, liés à une reprise très progressive de l'activité. Par exemple s'agissant de la situation depuis mai 2020, des impacts persistant y compris après le déconfinement :

- Peu de visibilité sur l'approvisionnement en programmes étrangers et les possibilités de reprise des tournages hors de la France / hors de l'Europe ;
- Décalage de l'Euro à l'été 2021 qui impose un réagencement des grilles.

#### Gestion du risque

Le Groupe a montré sa forte agilité d'adaptation lors de la crise du Covid-19. En remaniant ses grilles dès la première semaine de mars et en proposant une programmation innovante à partir des stocks disponibles, le Groupe a largement séduit les téléspectateurs (en témoignent les audiences record affichées en mars, avril et mai). Afin de pallier les conséquences à plus long terme de la crise et pour se préparer si la situation sanitaire était amenée à se dégrader à nouveau, TF1 a mis en place de nouvelles pratiques pour assurer une meilleure circulation des programmes au sein des antennes et optimiser le coût de grille. Le groupe TF1 dispose par ailleurs d'un large stock de programmes dont il peut disposer pour alimenter ses antennes en cas de difficultés d'approvisionnement.

### Cyber-sécurité

#### Gestion du risque

Pour renforcer sa gestion des risques numériques, TF1 est accompagnée par un cabinet d'audit et de conseil (Program Assurance Cybersécurité). Ce programme vise à s'assurer que les efforts financiers, techniques et humains mis en œuvre par le groupe adressent bien les risques de cyberattaques pesant sur les activités stratégiques de TF1. Cet accompagnement permet aussi de revoir très rapidement la trajectoire et la roadmap cybersécurité en fonction de l'évolution de la menace Cyber.

Des plans d'actions pour renforcer la protection des infrastructures de diffusion du groupe ont été mis en œuvre ainsi que des dispositifs de détection et réaction aux incidents de sécurité. Enfin un plan de reprise d'activité suite à un sinistre majeur est en cours de déploiement.

### Plainte de Molotov C / TF1 devant l'Autorité de la Concurrence

Le 30 avril 2020, l'Autorité de la Concurrence a rejeté la plainte de Molotov pour absence d'éléments probants ; Molotov a toutefois fait appel de cette décision.

### Plainte et réclamation auprès de la CNIL

L'ONG « Privacy International » a saisi la CNIL, le 26 juin 2020, d'une demande d'enquête sur la conformité du site Doctissimo avec le Règlement Général de Protection des Données (RGPD). En réponse à ces allégations, Doctissimo a adressé un courrier à la CNIL afin de clarifier certains points de la demande d'enquête et d'informer la CNIL de l'état de déploiement du RGPD au sein du site.

## TF1 - Information financière – 1er semestre 2020

Doctissimo n'a pas connaissance à ce jour des suites que la CNIL entend donner à cette demande d'enquête.

D'autre part, TF1 a reçu le 8 juin 2020 de la CNIL une plainte relative aux modalités de dépôt de cookies sur le service MYTF1 édité par la société e-TF1.

TF1 étudie ces différentes actions et veille au déploiement du RGPD et des lignes directrices de la CNIL.

### Risques liés aux cookies et traceurs internet

#### *Descriptif du risque*

Le 19 juin 2020, le Conseil d'Etat a partiellement annulé la délibération de la CNIL susvisée estimant qu'en déduisant une interdiction générale du « cookie wall » du RGPD, la CNIL avait été au-delà de ce qui est légalement possible de faire dans le cadre de lignes directrices, qui sont un instrument de « droit souple ». La CNIL a indiqué « prendre acte de la décision du Conseil d'État et s'y conformera strictement ». Pour le reste le Conseil d'État a validé l'essentiel des interprétations ou recommandations de la CNIL contenues dans la délibération précitée et les lignes directrices afférentes. L'ajustement des lignes directrices pour tenir compte de l'annulation partielle liée aux cookies wall et l'adoption de la recommandation en matière de cookies/traceurs devraient intervenir après la rentrée de septembre 2020, selon un calendrier qui reste à préciser.

## 1.14. Calendrier prévisionnel

- **28 octobre 2020** : résultats des 9 premiers mois 2020

Cet agenda peut être soumis à des modifications.



## 2. Comptes consolidés condensés du 1<sup>er</sup> semestre 2020

Les comptes sont établis selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019. Ils 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)	1er semestre 2020	1er semestre 2019	2ème trimestre 2020	2ème trimestre 2019	Exercice 2019 <sup>(1)</sup>
Recettes publicitaires	616,4	836,0	259,7	441,1	1 658,1
Autres revenus	267,1	309,2	129,9	150,4	679,2
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>883,5</b>	<b>1 145,2</b>	<b>389,6</b>	<b>591,5</b>	<b>2 337,3</b>
Autres produits de l'activité	15,5	19,4	6,9	7,0	40,1
Achats consommés et variation de stocks	(325,6)	(452,0)	(126,7)	(226,3)	(953,6)
Charges de personnel	(211,3)	(236,5)	(101,8)	(126,0)	(484,8)
Charges externes	(187,3)	(198,7)	(85,3)	(103,3)	(434,5)
Impôts et taxes	(44,4)	(66,8)	(17,8)	(32,5)	(126,1)
Dotations nettes aux amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles	(110,6)	(104,9)	(54,7)	(50,5)	(248,0)
Dotations nettes aux amortissements des droits d'utilisation des actifs loués	(9,5)	(9,4)	(4,7)	(4,6)	(19,1)
Dotations nettes aux provisions	10,6	0,1	3,7	0,1	(29,0)
Autres produits d'exploitation	94,2	121,5	38,0	74,9	291,9
Autres charges d'exploitation	(47,3)	(54,9)	(21,4)	(30,2)	(119,1)
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>	<b>25,8</b>	<b>100,1</b>	<b>255,1</b>
Autres produits opérationnels	-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles	-	-	-	-	-
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>	<b>25,8</b>	<b>100,1</b>	<b>255,1</b>
Produits sur endettement financier	0,1	0,2	(0,1)	0,2	0,7
Charges sur endettement financier	(1,5)	(1,2)	(0,3)	(0,7)	(2,3)
<b>Coût de l'endettement financier net</b>	<b>(1,4)</b>	<b>(1,0)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(0,5)</b>	<b>(1,6)</b>
Charges d'intérêts sur obligations locatives	(1,7)	(1,9)	(0,8)	(0,9)	(3,7)
Autres produits financiers	1,3	1,4	0,8	0,7	1,4
Autres charges financières	(5,1)	(2,8)	(2,8)	(1,4)	(7,9)
Impôt	(21,8)	(51,2)	(8,2)	(30,8)	(82,0)
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	(1,4)	(0,6)	(0,6)	(0,6)	(6,1)
<b>Résultat net des activités poursuivies</b>	<b>37,7</b>	<b>106,9</b>	<b>13,8</b>	<b>66,6</b>	<b>155,2</b>
<b>Résultat net des activités cédées ou en cours de cession</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Résultat net</b>	<b>37,7</b>	<b>106,9</b>	<b>13,8</b>	<b>66,6</b>	<b>155,2</b>
<i>attribuable au Groupe :</i>	<i>38,4</i>	<i>107,3</i>	<i>14,4</i>	<i>66,7</i>	<i>154,8</i>
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle :</i>	<i>(0,7)</i>	<i>(0,4)</i>	<i>(0,6)</i>	<i>(0,1)</i>	<i>0,4</i>
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	210 268	210 153	210 346	209 886	209 301
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)	0,18	0,51	0,31	0,19	0,74
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)	0,18	0,51	0,32	0,19	0,74

## Etat des produits et charges comptabilisés

(en millions d'euros)	1er semestre 2020	1er semestre 2019	Exercice 2019
<b>Résultat net consolidé</b>	<b>37,7</b>	<b>106,9</b>	<b>155,2</b>
<b>Eléments non recyclables en résultat net</b>			
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel <sup>(1)</sup>	2,0	(4,3)	(9,7)
Variation nette de juste valeur sur instruments de capitaux propres <sup>(2)</sup>	(9,1)	(6,5)	(26,5)
Impôts nets sur opérations en capitaux propres non recyclables en résultat	(1,6)	1,9	3,5
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées non recyclables comptabilisés en capitaux propres	(0,6)		
<b>Eléments recyclables en résultat net</b>			
Réévaluation des instruments dérivés de couverture	(0,1)	(1,0)	(1,4)
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,2	0,4	0,8
Impôts nets sur opérations en capitaux propres recyclables en résultat	0,1	0,3	0,4
Quote-part des produits et charges des coentreprises et entités associées recyclables comptabilisés en capitaux propres			
<b>Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres</b>	<b>(9,1)</b>	<b>(9,1)</b>	<b>(32,8)</b>
<b>Total des produits et charges comptabilisés</b>	<b>28,6</b>	<b>97,8</b>	<b>122,4</b>
<i>attribuable au Groupe</i>	29,3	98,2	121,9
<i>attribuable aux participations ne donnant pas le contrôle</i>	(0,7)	(0,4)	0,5

<sup>(1)</sup> Correspond à la variation des hypothèses actuarielles, dont la hausse du taux d'actualisation qui est passé de 0,92% au 31 décembre 2019 à 1,29 % au 30 juin 2020.

<sup>(2)</sup> Au 30 juin 2020, les variations de juste-valeur des titres de participations non consolidés ont été enregistrées en contrepartie des capitaux propres pour (9,1) millions d'euros.

## Etat consolidé des flux de trésorerie

(en millions d'euros)	Notes	1er semestre 2020	1er semestre 2019	Exercice 2019
Résultat net des activités poursuivies (y compris participations ne donnant pas le contrôle)		37,7	106,9	155,2
Dotations (reprises) aux amortissements et dépréciations des immobilisations corporelles et incorporelles et aux provisions non courantes		108,6	121,7	283,0
Dotations aux amortissements, dépréciations et autres ajustements des droits d'utilisation des actifs loués		9,8	9,4	19,1
Résultat de cessions d'actifs		0,7	-	5,0
Quote-part dans les résultats des coentreprises, entreprises associées et dividendes	6	1,4	0,6	1,3
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie		(7,9)	(19,0)	(43,7)
<b>Sous-total</b>		<b>150,3</b>	<b>219,6</b>	<b>419,9</b>
Impôts versés		(33,4)	(35,1)	(85,3)
Charge d'impôt (y compris impôts différés et dettes sur positions fiscales incertaines)		21,8	51,2	82,0
<b>CAF après cout de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net, charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés</b>		<b>138,7</b>	<b>235,7</b>	<b>416,6</b>
Coût de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net et charges d'intérêts sur obligations locatives		3,1	2,9	5,3
Variation du BFR lié à l'activité <sup>(2)</sup>		104,8	10,2	(32,3)
<b>Flux nets de trésorerie générés par l'activité</b>		<b>246,6</b>	<b>248,8</b>	<b>389,6</b>
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(115,3)	(120,0)	(246,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		-	0,1	1,3
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières		-	(0,4)	(0,7)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières		0,5	-	0,2
Incidence des variations de périmètre	8	0,3	(17,4)	(37,7)
<i>Prix d'acquisition des activités consolidées</i>		<i>(3,0)</i>	<i>(22,5)</i>	<i>(51,3)</i>
<i>Prix de cession des activités consolidées</i>		<i>1,0</i>	<i>0,5</i>	<i>0,5</i>
<i>Dettes nettes sur activités consolidées</i>		<i>-</i>	<i>-</i>	<i>-</i>
<i>Autres variations de périmètre sur trésorerie</i>		<i>2,4</i>	<i>4,6</i>	<i>13,1</i>
Dividendes reçus		0,1	-	0,1
Autres flux liés aux opérations d'investissement		(10,3)	(1,6)	(3,8)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>		<b>(124,7)</b>	<b>(139,3)</b>	<b>(286,9)</b>
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options		-	3,5	3,5
Rachats et reventes d'actions propres		-	(3,5)	(3,5)
Autres opérations entre actionnaires		(4,7)	(3,1)	(19,8)
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		-	(83,8)	(84,0)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts	9	172,2	19,3	46,8
Remboursements d'emprunts	9	(132,6)	(1,1)	(31,1)
Remboursement des obligations locatives		(9,6)	(9,1)	(18,4)
Intérêts financiers nets versés		(2,8)	(2,7)	(4,9)
<b>Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement</b>		<b>22,5</b>	<b>(80,5)</b>	<b>(111,4)</b>
<b>Incidence des variations des cours des devises</b>		<b>(0,3)</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>
<b>VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES</b>		<b>144,1</b>	<b>29,2</b>	<b>(8,4)</b>
<b>Trésorerie au début de l'exercice</b>		<b>102,6</b>	<b>111,0</b>	<b>111,0</b>
Variation de la trésorerie		144,1	29,2	(8,4)
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice</b>		<b>246,7</b>	<b>140,2</b>	<b>102,6</b>

<sup>(1)</sup> Actif courant - passif courant, hors impôts et hors dettes financières courantes et instruments financiers sur couverture de dettes classés en financement

## Bilan consolidé (actif)

ACTIF (en millions d'euros)	2020.06	2019.12	2019.06
<b>Goodwill</b>	<b>845,2</b>	<b>845,2</b>	<b>831,1</b>
<b>Immobilisations incorporelles</b>	<b>318,5</b>	<b>312,5</b>	<b>308,5</b>
Droits audiovisuels	165,3	157,4	167,3
Autres immobilisations incorporelles	153,2	155,1	141,2
<b>Immobilisations corporelles</b>	<b>210,0</b>	<b>206,2</b>	<b>198,0</b>
<b>Droits d'utilisation des actifs loués</b>	<b>86,2</b>	<b>93,8</b>	<b>92,8</b>
<b>Participations dans les coentreprises et les entreprises associées</b>	<b>11,7</b>	<b>12,3</b>	<b>20,4</b>
<b>Actifs financiers non courants</b>	<b>35,9</b>	<b>37,3</b>	<b>37,8</b>
<b>Actifs d'impôt non courants</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Total actifs non courants</b>	<b>1 507,5</b>	<b>1 507,3</b>	<b>1 488,6</b>
<b>Stocks et en-cours</b>	<b>561,7</b>	<b>521,4</b>	<b>531,1</b>
Programmes et droits de diffusion	545,9	508,2	518,0
Autres stocks	15,8	13,2	13,1
<b>Clients et autres débiteurs</b>	<b>1 113,9</b>	<b>1 205,0</b>	<b>1 199,0</b>
<b>Actifs d'impôt courants</b>	<b>14,1</b>	<b>4,8</b>	<b>-</b>
<b>Autres actifs financiers courants</b>	<b>0,2</b>	<b>0,3</b>	<b>1,1</b>
<b>Trésorerie et équivalents de trésorerie</b>	<b>248,8</b>	<b>105,3</b>	<b>149,1</b>
<b>Total actifs courants</b>	<b>1 938,7</b>	<b>1 836,8</b>	<b>1 880,3</b>
<b>Actifs d'activités en cours de cession</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>3 446,2</b>	<b>3 344,1</b>	<b>3 368,9</b>

## Bilan consolidé (passif)

<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b> (en millions d'euros)	<b>2020.06</b>	<b>2019.12</b>	<b>2019.06</b>
Capital	42,1	42,0	42,1
Primes et réserves	1 509,0	1 365,6	1 426,6
Résultat consolidé de l'exercice	38,4	154,8	107,3
<b>Total capitaux propres part du groupe</b>	<b>1 589,5</b>	<b>1 562,4</b>	<b>1 576,0</b>
Participations ne donnant pas le contrôle	1,6	1,7	0,1
<b>Total capitaux propres</b>	<b>1 591,1</b>	<b>1 564,1</b>	<b>1 576,1</b>
<b>Dettes financières non courantes</b>	<b>233,2</b>	<b>200,1</b>	<b>152,6</b>
<b>Obligations locatives non courantes</b>	<b>72,1</b>	<b>79,4</b>	<b>81,5</b>
<b>Provisions non courantes</b>	<b>51,0</b>	<b>50,9</b>	<b>46,6</b>
<b>Passifs d'impôt non courants</b>	<b>46,2</b>	<b>47,1</b>	<b>41,9</b>
<b>Total passifs non courants</b>	<b>402,5</b>	<b>377,5</b>	<b>322,6</b>
<b>Dettes financières courantes</b>	<b>37,7</b>	<b>31,5</b>	<b>25,2</b>
<b>Obligations locatives courantes</b>	<b>20,1</b>	<b>20,1</b>	<b>16,8</b>
<b>Fournisseurs et autres créditeurs</b>	<b>1 379,4</b>	<b>1 335,9</b>	<b>1 390,8</b>
<b>Provisions courantes</b>	<b>15,4</b>	<b>14,8</b>	<b>20,9</b>
<b>Passifs d'impôt courants</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>16,5</b>
<b>Autres passifs financiers courants</b>	<b>-</b>	<b>0,2</b>	<b>-</b>
<b>Total passifs courants</b>	<b>1 452,6</b>	<b>1 402,5</b>	<b>1 470,2</b>
<b>Passifs d'activités en cours de cession</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIF</b>	<b>3 446,2</b>	<b>3 344,1</b>	<b>3 368,9</b>

**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
<b>SITUATION AU 31 DECEMBRE 2018</b>		<b>58,8</b>	<b>1 413,8</b>	<b>123,7</b>	-	<b>(21,7)</b>	<b>1 574,6</b>	<b>0,6</b>	<b>1 575,2</b>
<b>Mouvements 1er semestre 2019</b>									
Résultat net		-	-	107,4	-	-	107,4	(0,4)	107,0
Ecart de conversion		-	-	-	-	-	-	-	-
Autres produits et charges comptabilisés		-	-	-	-	(9,1)	(9,1)	-	(9,1)
<b>Résultat net et produits et charges comptabilisés</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>107,4</b>	<b>-</b>	<b>(9,1)</b>	<b>98,3</b>	<b>(0,4)</b>	<b>97,9</b>
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)	(0,1)	(83,9)
Paiement fondé sur des actions		-	-	1,4	-	-	1,4	-	1,4
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)		-	-	(14,5)	-	-	(14,5)	-	(14,5)
<b>SITUATION AU 30 JUIN 2019</b>		<b>62,3</b>	<b>1 326,5</b>	<b>218,0</b>	-	<b>(30,8)</b>	<b>1 576,0</b>	<b>0,1</b>	<b>1 576,1</b>
<b>Mouvements 2eme semestre 2019</b>									
Résultat net		-	-	47,4	-	-	47,4	0,8	48,2
Ecart de conversion		-	-	-	-	-	-	-	-
Autres produits et charges comptabilisés		-	-	-	-	(23,8)	(23,8)	-	(23,8)
<b>Résultat net et produits et charges comptabilisés</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>47,4</b>	<b>-</b>	<b>(23,8)</b>	<b>23,6</b>	<b>0,8</b>	<b>24,4</b>
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)	0,1	(0,1)
Paiement fondé sur des actions		-	-	1,4	-	-	1,4	-	1,4
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)		-	-	(33,5)	-	-	(33,5)	0,7	(32,8)
<b>SITUATION AU 31 DECEMBRE 2019</b>		<b>62,2</b>	<b>1 326,6</b>	<b>228,1</b>	-	<b>(54,5)</b>	<b>1 562,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1 564,1</b>
<b>Mouvements premier semestre 2020</b>									
Résultat net		-	-	38,4	-	-	38,4	(0,7)	37,7
Ecart de conversion		-	-	-	-	-	-	-	-
Autres produits et charges comptabilisés		-	-	-	-	(9,1)	(9,1)	-	(9,1)
<b>Résultat net et produits et charges comptabilisés</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>38,4</b>	<b>-</b>	<b>(9,1)</b>	<b>29,3</b>	<b>(0,7)</b>	<b>28,6</b>
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		-	-	(1,4)	-	-	(1,4)	-	(1,4)
Distribution		-	-	-	-	-	-	-	-
Paiement fondé sur des actions		-	-	0,5	-	-	0,5	-	0,5
Autres opérations (changements de périmètre, autres opérations avec les actionnaires et divers)		-	-	(1,4)	-	-	(1,4)	0,6	(0,8)
<b>SITUATION AU 30 JUIN 2020</b>		<b>62,3</b>	<b>1 344,9</b>	<b>245,9</b>	-	<b>(63,6)</b>	<b>1 589,5</b>	<b>1,6</b>	<b>1 591,1</b>

## Notes annexes aux états financiers consolidés

---

### 1. Faits marquants

#### Pandémie COVID-19 et ses conséquences économiques

La pandémie du COVID-19, les mesures gouvernementales qui en ont découlé, notamment le confinement de la population en France à partir du 17 mars, et la crise économique engendrée, ont eu des impacts significatifs sur l'activité du Groupe TF1 à partir du mois de mars 2020, comme exposés dans les communiqués de presse émis les 23 mars et 1er avril 2020.

A partir du 11 mai 2020, le groupe a initié une reprise progressive de ses activités, notamment de productions audiovisuelles.

#### IMPACTS SUR LES ACTIVITES DU GROUPE

##### Secteurs Antennes

L'ensemble des clients annonceurs ont vu leurs activités se réduire du fait du confinement. Ils ont été amenés dès mi-mars à reporter ou annuler un grand nombre de campagnes, ce qui induit une nette baisse du chiffre d'affaires publicitaire dès le mois de mars, en dépit de la nette progression des audiences et de la consommation de contenus sous toutes ses formes et sur tous les supports.

Parallèlement, le Groupe adapte 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 & Divertissement

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, conduisant à un décalage du carnet de commande sur les années 2021 – 2023. L'arrêt de tournage des différents types de programmes a eu un impact fort sur le chiffre d'affaires et les résultats des studios, dès la fin du mois de mars pour certaines productions de Newen comme celles tournées au quotidien, qui représentent environ 30% des activités du pôle production.

Les activités de production de contenus, productions quotidiennes et séries notamment, ont progressivement repris à partir de la date du déconfinement, soit courant mai 2020.

Parallèlement, les événements culturels programmés, tels que les sorties de films en salles, les spectacles et les événements musicaux, restent à l'arrêt jusqu'à mi-septembre, ce qui a également un impact fort sur le chiffre d'affaires et les résultats de ces activités.

##### Secteur Unify

L'activité publicitaire digitale subit les mêmes tendances que celles observées pour l'activité publicitaire des Antennes, avec l'abandon des campagnes en cours de préparation par de nombreux annonceurs. De même, l'activité programmatique est marquée par une baisse forte de la demande et corrélativement des CPM, induisant une forte baisse 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.

##### Impacts Groupe

Au niveau du Groupe, malgré les flexibilités 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. De plus, des coûts supplémentaires ont été subis pour assurer la sécurité des collaborateurs sur site face aux risques sanitaires encourus dans nos locaux.

Dans l'environnement actuel de reprise progressive d'activité, il est encore tôt pour apprécier l'ensemble des différents impacts de la crise sur les performances du groupe, qui dépendront de multiples facteurs et notamment

## **TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2020**

du processus de sortie de pandémie et des mesures de prévention et d'accompagnement décidées par les gouvernements des pays où le Groupe exerce ses activités.

### **AUTRES IMPACTS FINANCIERS**

#### **Renonciation au versement d'un dividende lors de l'Assemblée Générale annuelle**

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

Le conseil d'administration du 28 juillet a confirmé le non versement de dividendes au titre de l'exercice 2019.

#### **Suspension et renonciation partielle des objectifs du Groupe**

Dans son communiqué de presse du 23 mars dernier, le Groupe a informé le marché de la suspension de l'ensemble des objectifs annoncés lors de la publication des résultats annuels 2019.

De plus, dans son communiqué de presse du 1er avril dernier, le Groupe a annoncé renoncer à ses deux objectifs pour l'année 2020, à savoir un taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres et un coût des programmes à 985 millions d'euros.

Dans son communiqué de presse du 29 juillet 2020, le Groupe a également renoncé à ses objectifs pour l'année 2021 d'amélioration du ROCE par rapport à celui de 2018 et pour le pôle Digital à son objectif de chiffre d'affaires 2021 d'au moins 250 m€, avec un EBITDA d'au moins 15%.

### **MESURES D'IMPACT DE LA CRISE COVID-19**

L'impact de la crise sanitaire et ses conséquences sur les performances du Groupe au cours du 1er semestre sont estimés de l'ordre de 250 millions d'euros de perte d'opportunité de chiffre d'affaires, notamment liée à des annulations ou reports de campagnes publicitaires.

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.

Les mesures de soutien de l'Etat au titre des collaborateurs en activité partielle dont a bénéficié le groupe ont conduit à la reconnaissance d'un produit de 2 millions d'euros.

Ainsi, après prise en compte des dépenses mises en œuvre pour lutter contre le Covid-19 et des coûts de structure non productifs, peu significatifs sur ce semestre (inférieurs à 5 millions d'euros), l'incidence de la pandémie sur le Résultat Opérationnel Courant du semestre est estimée de l'ordre de 100 M€.

Ces éléments sont mesurés par référence aux performances du Groupe l'année précédente, aux tendances constatées en début d'année (jusqu'à mi-mars 2020) pour les activités publicitaires et aux opérations annulées et reportées.

## **2. Principes et méthodes comptables**

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

Les états financiers consolidés condensés au 30 juin 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 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 juin 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<sup>er</sup> janvier 2020 de manière rétrospective.

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

- **Amendements à IFRS 3**

Le 22 octobre 2018, l'IASB a publié des amendements à IFRS 3 afin de clarifier la définition d'activité (business) dans le cadre d'un regroupement d'entreprises. Le texte, adopté par l'Union européenne le 21 avril 2020 s'applique aux exercices ouverts à compter du 1er janvier 2020.

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

### **2-3. Changements de méthode comptable**

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

### **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 arrêts intermédiaires 2019, complétées par les analyses spécifiques aux goodwill présentées en note 5. A la date d'arrêt 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 juin 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 décideur 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**

## TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2020

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 :

- ✓ 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.

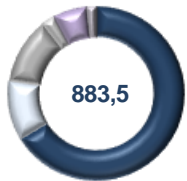
Parallèlement, les activités d'agences et de marketing digital regroupent toutes les prestations de services à destination des annonceurs digitaux, telles que notamment les prestations d'agences publicitaires, le développement et le ciblage d'audience via les sites de e-commerce et les réseaux sociaux, et les services d'affiliation.

(en millions d'euros)	ANTENNES		STUDIOS ET DIVERTISSEMENTS		DIGITAL		TOTAL GROUPE TF1	
	2020.06	2019.06	2020.06	2019.06	2020.06	2019.06	2020.06	2019.06
<b>COMPTE DE RESULTAT SECTORIEL</b>								
Chiffre d'affaires des secteurs	697,2	905,8	132,6	173,1	68,5	85,7	898,3	1 164,6
Eliminations opérations intersecteurs	(13,9)	(15,0)	(0,8)	(4,3)	(0,1)	(0,1)	(14,8)	(19,4)
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES CONTRIBUTIF GROUPE</b>	<b>683,3</b>	<b>890,8</b>	<b>131,8</b>	<b>168,8</b>	<b>68,4</b>	<b>85,6</b>	<b>883,5</b>	<b>1 145,2</b>
<i>Dont Chiffre d'affaires Publicitaire</i>	586,1	791,4	0,0	0,0	30,3	44,6	616,4	836,0
<i>Dont Chiffre d'affaires Autres</i>	97,2	99,4	131,8	168,8	38,1	41,0	267,1	309,2
<b>RESULTAT OPERATIONNEL COURANT</b>	<b>75,9</b>	<b>142,5</b>	<b>0,0</b>	<b>17,3</b>	<b>(8,1)</b>	<b>3,2</b>	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>
<i>% marge opérationnelle contributive Groupe</i>	11%	16%	0%	10%	-12%	4%	8%	14%
<i>Charges d'intérêts sur obligations locatives</i>	(0,8)	(0,9)	(0,7)	(0,8)	(0,2)	(0,2)	(1,7)	(1,9)
<b>RESULTAT OPERATIONNEL COURANT après loyer</b>	<b>75,1</b>	<b>141,6</b>	<b>(0,7)</b>	<b>16,5</b>	<b>(8,3)</b>	<b>3,0</b>	<b>66,1</b>	<b>161,1</b>
Quote-part dans les résultats des coentreprises et entreprises associées	(1,6)	0,3	0,2	(0,2)	0,0	(0,7)	(1,4)	(0,6)

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 juin 2020 se décompose de la manière suivante :

2020.06		(en millions d'euros)	2020.06	2019.06	Var M€	Var %	
 <p>883,5</p>	66,3%	Recettes publicitaires	586,1	791,4	(205,3)	-26%	
	11,0%	Autres recettes	97,2	99,4	(2,2)	-2%	
	<b>Antennes</b>			<b>683,3</b>	<b>890,8</b>	<b>(207,5)</b>	<b>-23%</b>
	12,2%	Production / Vente de droits audiovisuels	107,8	110,5	(2,7)	-2%	
	2,7%	Revenus jeux, musique, spectacles, vente à distance	24,0	58,3	(34,3)	-59%	
	<b>Studios et Divertissements</b>			<b>131,8</b>	<b>168,8</b>	<b>(37,0)</b>	<b>-22%</b>
	6,1%	Éditeurs (contenus digitaux, social e-commerce)	53,5	67,7	(14,2)	-21%	
	1,7%	Business solution/marketing digital	14,9	17,9	(3,0)	-17%	
<b>Digital</b>			<b>68,4</b>	<b>85,6</b>	<b>(17,2)</b>	<b>-20%</b>	
<b>Chiffre d'affaires total</b>			<b>883,5</b>	<b>1 145,2</b>	<b>(261,7)</b>	<b>-23%</b>	

#### 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 et Divertissements	Digital	TOTAL
<b>Goodwill au 1er janvier 2019</b>	<b>407,7</b>	<b>164,1</b>	<b>245,3</b>	<b>817,1</b>
Acquisitions	-	12,9	1,2	14,0
Cessions	-	-	-	-
Change	-	-	-	-
Reclassement	-	-	-	-
Dépréciation	-	-	-	-
<b>Goodwill au 30 juin 2019</b>	<b>407,7</b>	<b>177,0</b>	<b>246,4</b>	<b>831,1</b>
<b>Goodwill au 1er janvier 2020</b>	<b>407,7</b>	<b>192,3</b>	<b>245,2</b>	<b>845,2</b>
Acquisitions	-	0,8	-	0,8
Cessions	-	-	-	-
Change	-	(0,7)	-	(0,7)
Ajustement	-	(0,1)	-	(0,1)
Reclassement	-	-	-	-
Dépréciation	-	-	-	-
<b>Goodwill au 30 juin 2020</b>	<b>407,7</b>	<b>192,3</b>	<b>245,2</b>	<b>845,2</b>

#### Tests de dépréciations des goodwills

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.

## TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2020

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 au deuxième trimestre 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 (cf. note 1. Faits marquants). Ces éléments, conjugués à la baisse du cours de bourse, constituent 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.

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, 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.

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).

A fin juin 2020, les taux d'actualisation déterminés à partir des données de marchés sur la base des mêmes échantillons de sociétés comparables qu'à fin 2019, 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.

Sur la base de ces hypothèses, les conclusions des tests conduits ne mettent pas 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.

Des analyses de sensibilité ont été menées à fin juin 2020, à l'identique de celles menées à fin décembre 2019 (cf. note 7.3.1 de l'annexe aux comptes consolidés au 31 décembre 2019). Leurs résultats sont présentés ci-après.

La valeur recouvrable des UGT serait égale à la valeur comptable des actifs testés en retenant les hypothèses suivantes, prises individuellement :

Jun 2020	Variation du taux d'actualisation	Variation du flux normatif	Variation du taux de croissance perpétuelle
UGT Antennes	824 bp	-67%	-933 bp
UGT regroupées Studios et Divertissements	1 187 bp	-80%	-1 409 bp
UGT Digital	1 bp	0%	-2 bp

Décembre 2019	Variation du taux d'actualisation	Variation du flux normatif	Variation du taux de croissance perpétuelle
UGT Antennes	693 bp	-66%	-878 bp
UGT regroupées Studios et Divertissements	1 001 bp	-80%	-1 364 bp
UGT Digital	80 bp	-15%	-90 bp

Pour l'UGT Antennes, dans le cas d'une baisse de 10 % du flux normatif combinée à une hausse de 50 points de base du taux d'actualisation, la valeur recouvrable serait supérieure de 1 131 millions d'euros à sa valeur comptable (1 084 millions d'euros à fin 2019).

Pour les UGT regroupées Studios et Divertissements, dans le cas d'une baisse de 10 % du flux normatif combinée à une hausse de 50 points de base du taux d'actualisation, la valeur recouvrable serait supérieure de 644 millions d'euros à sa valeur comptable (584 millions d'euros à fin 2019).

Pour l'UGT Digital, dans le cas d'une baisse de 10 % du flux normatif combinée à une hausse de 50 points de base du taux d'actualisation, la valeur recouvrable serait inférieure de 55 millions d'euros à sa valeur comptable (inférieure de 15 millions d'euros à fin 2019).

## 6. Participations dans les coentreprises et les entreprises associées

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

(en millions d'euros)	Vertical Station	Série Club	Autres	TOTAL
<b>1<sup>er</sup> janvier 2019</b>	9,4	10,0	1,4	20,8
Quote-part de résultat	(0,7)	0,3	(0,2)	(0,6)
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	-	-	0,1	0,1
Autres	0,2	-	(0,1)	0,1
<b>30 juin 2019</b>	<b>8,9</b>	<b>10,3</b>	<b>1,2</b>	<b>20,4</b>
<b>1<sup>er</sup> janvier 2020</b>	-	9,9	2,4	12,3
Quote-part de résultat	-	0,4	(1,8)	(1,4)
Provision pour dépréciation	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	-
Variation de périmètre et reclassement	-	-	-	-
Autres	-	-	0,8	0,8
<b>30 juin 2020</b>	-	<b>10,3</b>	<b>1,4</b>	<b>11,7</b>

## 7. 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	Ecarts de conversion	Changement de périmètre	Flux de trésorerie	JV en capitaux et résultat	Autres variations	2020.06
Trésorerie et équivalents de trésorerie	105,3		2,4	141,1			248,8
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-						-
Trésorerie passive	(2,8)			0,6			(2,2)
<b>Trésorerie disponible</b>	<b>102,5</b>	-	<b>2,4</b>	<b>141,7</b>	-	-	<b>246,6</b>
Juste valeur des instruments dérivés de taux	-						-
Emprunts long terme	(200,1)	1,7		(36,9)	(3,2)	5,3	(233,2)
Dettes financières court terme hors trésorerie passive	(28,7)	0,9		(2,7)	-	(5,0)	(35,5)
<b>Endettement brut</b>	<b>(228,8)</b>	<b>2,6</b>	-	<b>(39,6)</b>	<b>(3,2)</b>	<b>0,3</b>	<b>(268,7)</b>
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)</b>	<b>(126,3)</b>		<b>2,4</b>	<b>102,1</b>	<b>(3,2)</b>	<b>0,3</b>	<b>(22,1)</b>
Obligations locatives <sup>(1)</sup>	(99,5)			(9,6)		16,9	(92,2)
<b>Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-) y compris obligations locatives</b>	<b>(225,8)</b>	-	<b>2,4</b>	<b>92,5</b>	<b>(3,2)</b>	<b>17,2</b>	<b>(114,3)</b>

## TF1 - Comptes consolidés condensés du 1er semestre 2020

(1) 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 juin 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 juin 2020, les tirages ont été réalisés à hauteur de 164 millions d'euros pour le pôle Newen.

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)	2020.06	2019.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	248,8	105,3
Trésorerie sur actifs en cours de cession	-	-
Comptes courants de trésorerie passifs	-	(0,1)
Concours bancaires courants	(2,2)	(2,7)
<b>Trésorerie de clôture du tableau de flux de trésorerie</b>	<b>246,6</b>	<b>102,5</b>

### 8. Tableau de flux de trésorerie – incidences des variations de périmètre

Au 30 juin 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 Mensen dans le périmètre du groupe TF1 au premier trimestre 2019.

### 9. 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

### 10. Événements postérieurs à la clôture

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

## 3. Rapport des commissaires aux comptes

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle - période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2020

### MAZARS

Tour Exaltis  
61, rue Henri Regnault  
92400 Courbevoie  
S.A. à directoire et conseil de surveillance  
au capital de € 8.320.000  
784 824 153 RCS Nanterre

Commissaire aux Comptes  
Membre de la compagnie  
Régionale de Versailles

### ERNST & YOUNG Audit

Tour First  
TDA 14444  
92037 Paris-La Défense cedex  
S.A.S. à capital variable  
344 366 315 RCS Nanterre

Commissaire aux Comptes  
Membre de la compagnie  
Régionale de Versailles

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée vos assemblées générales, et en application de l'article L. 451-1-2 III du code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes semestriels consolidés condensés de la société Télévision Française 1, relatifs à la période du 1<sup>er</sup> janvier au 30 juin 2020, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés condensés ont été établis sous la responsabilité de votre conseil d'administration le 28 juillet 2020 sur la base des éléments disponibles à cette date dans un contexte évolutif de crise liée au Covid-19 et de difficultés à appréhender ses incidences et les perspectives d'avenir. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes consolidés intermédiaires condensés.

### I - Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes semestriels consolidés condensés avec la norme IAS 34, norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

## **TF1 - Rapport des commissaires aux comptes**

### **II - Vérification spécifique**

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité établi le 28 juillet 2020 commentant les comptes semestriels consolidés condensés sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes semestriels consolidés condensés.

Fait à Courbevoie et à Paris-La Défense, le 28 juillet 2020

Les Commissaires aux comptes

MAZARS

ERNST & YOUNG Audit

Gilles Rainaut

Nicolas Pfeuty



## 4. Attestation du responsable du rapport financier semestriel

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes condensés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation, et que le rapport semestriel d'activité ci-joint présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées et qu'il décrit les principaux risques et les principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Fait à Boulogne-Billancourt, le 28 juillet 2020

Le Président-Directeur Général

Gilles C. Pélisson

### **Télévision Française 1**

Société anonyme au capital de 42 079 514,80 € – 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](mailto:comfi@tf1.fr)

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