

Boulogne-Billancourt, le 23 juillet 2010

Un chiffre d'affaires consolidé en croissance de + 14 %
Un résultat opérationnel multiplié par 3 à 104 millions d'euros
Un résultat net en croissance de 51 % à 74 millions d'euros

Le Conseil d'administration de TF1, réuni le 22 juillet 2010 sous la Présidence de Nonce Paolini, a arrêté les comptes du premier semestre 2010.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	S1 2010	S1 2009	Var. %	Var. M€
Chiffre d'affaires	1 285	1 130	+ 14 %	+ 155
<i>Publicité Antenne TF1</i>	765	687	+ 11 %	+ 78
<i>Autres activités</i>	520	443	+ 17 %	+ 77
Résultat opérationnel	104	38	x 3	+ 66
Coût de l'endettement financier net	- 10	- 10	-	-
Résultat net part du groupe	74	49	+ 51 %	+ 25

Des activités en croissance

Au premier semestre 2010, le **chiffre d'affaires consolidé** du groupe TF1 est en hausse de + 155 millions d'euros, soit une croissance de + 14 % à 1 285 millions d'euros.

Les **recettes publicitaires** de la chaîne TF1 s'élèvent à 765 millions d'euros, soit une amélioration de 78 millions d'euros (+ 11 %) par rapport au premier semestre 2009. La télévision devient le premier média investi en France sur les six premiers mois de l'année ; les annonceurs ont accru leurs investissements sur la chaîne TF1.

Le **chiffre d'affaires des diversifications** s'élève à 520 millions d'euros, soit + 77 millions sur un an (+ 17 %), incluant 33 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Hors cession de droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, la croissance du chiffre d'affaires des diversifications est de 10 %. Le premier semestre est marqué par le dynamisme de la plupart des activités de diversification et par la très bonne performance d'Eurosport international.

Des charges maîtrisées

Le **coût de la grille** de la chaîne TF1 s'établit à 483 millions d'euros contre 455 millions d'euros au premier semestre 2009, en raison de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 qui a un impact de 60 millions d'euros sur la période.

Le coût de grille hors événements sportifs exceptionnels affiche une économie de 33 millions d'euros dont **12 millions d'euros** récurrents au titre du plan d'optimisation.

Par ailleurs, la renégociation des contrats hors droits a généré **6 millions d'euros** d'économies.

Les **efforts continus d'optimisation** permettent donc, à fin juin 2010, de générer **18 millions d'économies récurrentes supplémentaires**.

Une forte progression du taux de marge opérationnelle

Au premier semestre 2010, le **résultat opérationnel** du Groupe s'établit à 104 millions d'euros, soit une progression de 66 millions d'euros par rapport au premier semestre 2009. Le **taux de marge opérationnelle** s'établit à 8,1 %, contre 3,3 % au premier semestre 2009 et 4,3 % pour l'ensemble de l'année 2009.

Au deuxième trimestre, le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 60 millions d'euros, soit une progression de 11 millions d'euros (+ 23 %) par rapport au deuxième trimestre 2009. Le taux de marge opérationnelle du deuxième trimestre s'établit à 8,8 %, tout en intégrant le coût de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Ces performances confirment, trimestre après trimestre, l'efficacité des mesures prises pour faire évoluer favorablement le modèle économique du Groupe.

Un résultat net de 74 millions d'euros

Le **coût de l'endettement financier net** est stable à - 10 millions d'euros.

Le **résultat net** du premier semestre 2010 s'élève à **74 millions d'euros**, contre un résultat net de 49 millions d'euros un an plus tôt (+ 51 %) qui incluait la revalorisation du *put* Canal + France à hauteur de 20 millions d'euros.

Une structure financière solide

Au 30 juin 2010, les **capitaux propres** de TF1 sont de 1 388 millions d'euros pour un total bilan de 3 704 millions d'euros. **L'endettement financier net** à fin juin 2010 est de 120 millions d'euros contre une trésorerie nette de 73 millions au 31 décembre 2009 et un endettement financier net de 820 millions d'euros au 30 juin 2009. L'écart sur un an provient, d'une part, de la cession par TF1 de la participation de 9,9 % détenue dans Canal+ France et, d'autre part, de l'acquisition de la participation complémentaire de TF1 dans les chaînes TMC et NT1.

Par ailleurs, Standard & Poor's, le 7 juillet 2010, a revu la perspective de TF1 de « stable » à « positive » tout en confirmant la note de crédit du Groupe « BBB / A-2 ».

Détail par activité

Chiffre d'affaires par activité (M€)	T1 2010	T1 2009	Var. %	T2 2010	T2 2009	Var. %	S1 2010	S1 2009	Var. %
Antennes France	481	436	+ 10 %	563	477	+ 18 %	1 044	913	+ 14 %
Droits Audiovisuels	32	33	- 3 %	28	36	- 22 %	60	69	- 13 %
Antennes Internationales	84	69	+ 22 %	97	78	+ 24 %	181	147	+ 23 %
Divers	0	0	ns	0	1	ns	0	1	ns
Total Groupe TF1	597	538	+ 11 %	688	592	+ 16 %	1 285	1 130	+ 14 %

Antennes France : des succès d'audience

A fin juin, le chiffre d'affaires du pôle Antennes France progresse de 14 % à 1 044 millions d'euros, principalement grâce à la reprise des investissements publicitaires sur TF1, TMC, Eurosport et e-TF1.

Au premier semestre, la **chaîne TF1** conserve une position unique de leader des chaînes de télévision en France et en Europe avec une part d'audience de 24,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et à 28,2 % sur la cible des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats⁽¹⁾.

Au premier semestre 2010, la chaîne TF1 est la **seule chaîne historique à progresser en prime-time**, en rassemblant en moyenne 6,6 millions de téléspectateurs (soit une progression de 200 000 téléspectateurs sur un an) et en réalisant 49 des 50 meilleures audiences⁽¹⁾.

La Coupe du Monde de la FIFA 2010 est un grand succès ; le Groupe a réalisé de très bonnes performances et des audiences records sur ses différents canaux. Elle permet notamment à TF1 de réaliser la meilleure audience depuis le début de l'année en réunissant **15,2 millions de téléspectateurs** autour du match France - Mexique diffusé le 17 juin 2010. Enfin, la finale Pays-Bas - Espagne, avec 14,1 millions de téléspectateurs, représente la meilleure audience pour un match de football, sans équipe française, depuis la création du Médiamat en 1989⁽¹⁾.

Au 30 juin 2010, **827 millions de vidéos gratuites** ont été vues sur les sites du Groupe dont 418 millions de vidéos vues en *catch-up*. Ainsi, en six mois, le nombre de vidéos vues en *catch-up*, sur le site TF1.fr, dépasse celui enregistré au cours de l'ensemble de l'année 2009 (400 millions)⁽³⁾.

En juin 2010, **TMC** réalise 3,2 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Ce succès permet à la chaîne généraliste, leader de la TNT, d'être la **sixième chaîne nationale en France**.

Grâce à la bonne maîtrise des charges dans toutes les activités, le résultat opérationnel du pôle Antennes France ressort à 83 millions d'euros, soit un taux de marge opérationnelle de 8,0 %.

Droits Audiovisuels : baisse d'activité mais forte diminution des charges

Le chiffre d'affaires du pôle est en recul de 9 millions d'euros par rapport au premier semestre 2009.

Le succès des films sortis en salles au premier semestre par **TF1 Droits Audiovisuels** ne compense que partiellement le moins grand nombre de sorties en salles par rapport au premier semestre 2009.

TF1 Vidéo subit, dans un contexte de baisse structurelle des prix, une baisse des volumes vendus, du fait de sorties limitées et d'un référentiel 2009 qui bénéficiait de titres à succès.

La baisse des charges compense en partie le recul de l'activité du pôle, permettant de limiter la perte opérationnelle à - 6 millions d'euros, contre - 15 millions d'euros au 30 juin 2009.

Antennes Internationales : un taux de marge opérationnelle de 15 %

Le chiffre d'affaires d'**Eurosport International** est en croissance de 23 % à 181 millions d'euros. Eurosport International voit notamment son chiffre d'affaires abonnement progresser de 19 % grâce au développement sur de nouveaux territoires comme l'Asie du Sud-Est et l'Australie, ainsi qu'à la mise en place d'une stratégie fondée sur le développement de chaînes complémentaires et l'évolution des technologies notamment en HD. La maîtrise des charges permet à Eurosport International de dégager un résultat opérationnel de 27 millions d'euros, soit un taux de marge de 15 %, contre 14 % au premier semestre 2009.

Les activités de jeux et paris en ligne de **SPS** ont été lancées en France sous la marque EurosportBET et EurosportPOKER en juin 2010.

Perspectives 2010

Après un premier semestre dynamique, tant sur le plan de la publicité que des diversifications, et avec l'intégration de TMC et NT1 à compter du 1^{er} juillet 2010, le groupe TF1 revoit son objectif de chiffre d'affaires consolidé pour l'année 2010 à 2 530 millions d'euros contre 2 365 millions d'euros en 2009, soit + 7 %.

La stratégie définie il y a un peu plus de deux ans est désormais en place, comme en attestent la prise de contrôle de TMC et de NT1 le 11 juin dernier, le succès de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 sur tous les canaux, la signature de partenariats pour sécuriser certaines activités (production cinématographique, jeux et paris en ligne), la distribution des contenus TF1 par les opérateurs télécoms, ainsi que l'adaptation constante du modèle économique démontrée par les résultats du 1^{er} semestre 2010.

L'objectif, qui était d'atteindre à moyen terme, un taux de rentabilité dans la moyenne des principales chaînes de télévision européennes, est confirmé, sans pour autant que le chiffre de 20 % d'EBITDA / Chiffre d'affaires puisse être désormais maintenu, compte tenu des changements économiques intervenus dans l'ensemble du secteur entre 2008 et 2010.

Par ailleurs, la stratégie mise en place doit permettre la stabilisation du coût de grille et une répartition plus équilibrée des revenus entre la chaîne TF1 et les autres activités du Groupe.

Gouvernance

Le Conseil d'administration a coopté, sur proposition du Comité de sélection, Madame Laurence Danon, Présidente du Directoire d'Edmond de Rothschild Corporate Finance, comme administrateur indépendant.

(1) Source : Médiamétrie

(2) Leadership sur la durée des *prime time* de TF1

(3) Source : Panel Médiamétrie NNR Mai 2010 et eStat, streaming TV

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

TF1 - CONTACTS

Direction des Relations Investisseurs / Investor Relations – 00 33 1 41 41 27 32. Courriel / email : comfi@tf1.fr
Direction de la Communication / Corporate Communication – 00 33 1 41 41 23 78. Courriel / email : jdumas@tf1.fr

ON SE RETROUVE SUR 



Rapport de gestion

Premier semestre 2010

Sommaire

DECLARATION DE LA PERSONNE RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL	4
CHIFFRES CLES CONSOLIDES	5
CONTRIBUTIONS AU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE PAR ACTIVITE	6
PRINCIPAUX EVENEMENTS 2010	7
RAPPORT DE GESTION.....	9
PRESENTATION ANALYTIQUE DU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	23
PRESENTATION DES COMPTES CONSOLIDES AU 30 JUIN 2010	24
BILAN CONSOLIDE	24
BILAN CONSOLIDE – SUITE	25
COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	26
ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES	27
TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES	27
TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES	28
NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES	29
RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION FINANCIERE SEMESTRIELLE 2010.....	36

Déclaration de la personne responsable du rapport financier semestriel



La Présidence

Boulogne, le 22 juillet 2010

ATTESTATION 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 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 ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Le Président directeur général
Nonce Paolini

TELEVISION FRANCAISE 1 – Société Anonyme au capital de 42 682 098,4 € - 326 300 159 R.C.S. NANTERRE
SIEGE SOCIAL : TF1 – 1, quai du Point du Jour – 92656 Boulogne Cedex – Téléphone : 01 41 41 12 34

Chiffres clés consolidés

<i>en millions d'euros</i>	S1 2010	S1 2009	Année 2009 (12 mois)
Chiffre d'affaires consolidé	1 284,6	1 130,1	2 364,7
<i>Recettes Publicité Antenne TF1</i>	<i>764,6</i>	<i>686,5</i>	<i>1 429,4</i>
<i>Recettes des autres activités</i>	<i>520,0</i>	<i>443,6</i>	<i>935,3</i>
Résultat opérationnel	104,4	37,5	101,3
Résultat net	73,9	49,1	114,5
Capacité d'autofinancement*	132,5	85,0	185,8
Capitaux propres	1 387,9	1 327,8	1 396,4
Trésorerie nette (+) / Endettement financier (-)	(120,1)	(820,3)	72,8
Bénéfice net par action (€)	0,35	0,23	0,54
Bénéfice net dilué par action (€)	0,34	0,23	0,53

* Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt.

	S1 2010	S1 2009	Année 2009 (12 mois)
Nb moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)	213 396	213 396	213 396
Cours de clôture fin de période (en euros)	10,8	8,0	12,9
Capitalisation boursière de fin de période (en milliards d'euros)	2,3	1,7	2,8

Contributions au compte de résultat consolidé par activité

<i>en millions d'euros</i>	Chiffre d'affaires			Résultat opérationnel		
	S1 2010	S1 2009	2009	S1 2010	S1 2009	2009
ANTENNES FRANCE	1 043,4	913,0	1 893,0	83,2	32,2	87,8
TF1 SA ^a	769,5	691,1	1 443,9	56,9	19,9	44,0
Téléshopping	59,8	55,8	103,7	2,7	2,3	4,0
Chaînes thématiques France ^b	107,9	97,5	194,3	11,8	8,5	15,1
TF1 Entreprises	15,8	13,7	39,1	0,3	(1,8)	(1,6)
Production ^c	10,1	10,5	22,1	(0,1)	4,1	1,8
e-TF1	37,3	36,9	72,8	0,1	(3,5)	(3,4)
Divers ^d	43,0	7,5	17,1	11,5	2,7	27,9
DROITS AUDIOVISUELS	60,0	68,9	151,0	(5,6)	(15,2)	(22,5)
Catalogue ^e	24,4	25,8	57,6	0,7	(9,8)	(9,4)
TF1 Vidéo ^f	35,6	43,1	93,4	(6,3)	(5,4)	(13,1)
ANTENNES INTERNATIONALES ^g	181,2	147,3	319,2	26,8	22,3	41,3
ACTIVITES DIVERSES ^h	-	0,9	1,5	-	(1,8)	(5,3)
TOTAL ACTIVITES POURSUIVIES	1 284,6	1 130,1	2 364,7	104,4	37,5	101,3

^a dont SNC Aphélie.

^b dont Eurosport France, LCI, TV Breizh, TMC, TF6, Série Club, Odyssee, Histoire, Ushuaïa TV et TF1 Digital.

^c entités de production télévisuelle et cinématographique.

^d dont principalement TF1 Publicité, TF1 Expansion et TF1 DS qui porte la revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

^e dont principalement TF1 Droits Audiovisuels, TF1 International, UGC Distribution, Telema et TCM.

^f y compris CIC.

^g Eurosport International, SPS et France 24 (les actions France 24 ont été cédées à la société Audiovisuel Extérieur de la France - AEF- le 12 février 2009).

^h Top Ticket.s (Pilipili). Cette société a été cédée le 17 novembre 2009.

Principaux évènements 2010

Janvier

11 janvier 2010 : TF1 signe la Charte de la diversité qui marque l'engagement de l'Entreprise dans ce domaine.

26 janvier 2010 : l'Autorité de la Concurrence rend sa décision autorisant l'opération de rachat par TF1 en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB.

Février

2 février 2010 : TF1 et La Française des Jeux, premier opérateur grand public de jeu en France, annoncent leur accord de partenariat d'une durée de 3 ans, qui permettra de mettre à disposition des téléspectateurs et des internautes, un espace dédié aux jeux sur le site TF1.fr.

11 février 2010 : TF1 remporte le Trophée d'argent au *TOP COM Corporate Business 2010* de la meilleure campagne dans la catégorie « Communication Interne » pour sa campagne de sensibilisation au Handicap, réalisée par l'agence Publicis Consultants.

15 février 2010 : le Groupe lance MyTéléfoot, la première plate-forme multi-écrans dédiée aux jeunes sur le football, sous la houlette de Christian Jeanpierre, Bixente Lizarazu, Eric Hannezo et Thierry Espalioux.

15 février 2010 : TF1, France Télévisions et le Groupe Canal+ concluent un accord pour l'exploitation des droits de diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Le groupe TF1 cède ainsi à France Télévisions et au Groupe Canal+ le droit de diffuser en direct 37 des 64 matches de la compétition.

Mars

8 mars 2010 : TF1 Publicité, e-TF1 et HighCo, leader européen du *couponing* et de l'échantillonnage, lancent TF1 CONSO, une offre promotionnelle transverse inédite combinant une visibilité télévisuelle et des opérations sur le Web et le terrain.

8 mars 2010 : TF1, qui détenait déjà via sa filiale Eurosport, 50 % du capital de la société SPS, porte sa participation à 100 %, en rachetant les 50 % détenus par le fonds d'investissement Serendipity.

9 mars 2010 : le Trophée Décision Achats, catégorie "Professionnalisation des Achats", est décerné à TF1 par le magazine Décision Achats. Il récompense la mobilisation du Groupe autour du Projet Achats lancé fin 2007.

23 mars 2010 : le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel autorise l'opération de rachat par TF1 en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de TMC détenus par Groupe AB.

Avril

6 avril 2010 : l'Assemblée Nationale vote la loi sur l'ouverture des jeux en ligne. Pour encadrer ces paris, l'Autorité de Régulation des Jeux En Ligne (ARJEL) a été spécialement créée.

15 avril 2010 : la campagne publicitaire « L'Hommage » a une nouvelle fois été primée à l'occasion du 25^{ème} grand prix de l'Association pour la Promotion de la Presse Magazine (APPM).

Mai 2010

3 mai 2010 : signature d'un partenariat entre TF1 et l'opérateur leader Orange en vue d'offrir aux abonnés d'Orange le portail MyTF1 sur la Livebox ainsi qu'une offre de divertissements TF1 sur l'Internet et les mobiles Orange.

6 mai 2010 : lancement de la nouvelle version du site WAT.tv, plateforme vidéo du groupe TF1.

25 mai 2010 : TF1 annonce qu'elle diffusera 5 matches de la Coupe du Monde de Football de la FIFA 2010 en 3D.

Juin 2010

8 juin 2010 : SPS obtient deux licences délivrées par l'ARJEL lui permettant d'opérer sur le marché français des paris sportifs et du poker en ligne, sous la marque EurosportBET et EurosportPoker.fr.

11 juin 2010 : Groupe AB et TF1 ont finalisé l'opération visant au rachat par TF1 en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de la chaîne TMC détenus par Groupe AB.

17 juin 2010 : record d'audience pour le match France / Mexique avec 15,2 millions de téléspectateurs, pour une part d'audience de 56 % sur les individus 4 ans et plus¹. Il s'agit de la 15^{ème} meilleure audience pour un match de football, depuis la création du Médiamat (1989).

29 juin 2010 : MyTF1 reçoit le premier prix dans la catégorie « Design et Graphisme » lors des *International Interactive TV Awards*.

¹ Source : Médiamétrie

Rapport de gestion

Boulogne-Billancourt, le 22 juillet 2010

Faits marquants de l'exercice

Les faits marquants sont présentés en note 1 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels.

Changement de méthode comptable

Les changements de méthode comptable sont présentés en note 2.3 de l'annexe aux comptes consolidés semestriels.

Chiffre d'affaires consolidé

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, au premier semestre 2010, s'établit à 1 284,6 millions d'euros, en amélioration de 154,5 millions d'euros (+ 13,7 %).

Il se décompose en :

- 764,6 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une amélioration de 78,1 millions d'euros (+ 11,4 %). Au premier semestre 2010, la télévision devient, en effet, le premier média investi. Les annonceurs ont fortement accru leurs investissements sur TF1, la chaîne ayant démontré sa qualité de média de masse incontesté et sa capacité à offrir une exposition unique et efficace.
- 520,0 millions d'euros de chiffre d'affaires des diversifications, soit une amélioration de 76,4 millions d'euros (+ 17,2 %), incluant 33 millions d'euros de revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Le premier semestre est marqué par le dynamisme de la plupart des activités de diversification, principalement d'Eurosport international.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1, au deuxième trimestre 2010, s'établit à 687,7 millions d'euros, en amélioration de 95,5 millions d'euros (+ 16,1 %).

Il se décompose en :

- 401,8 millions d'euros de chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne TF1, soit une amélioration de 36,3 millions d'euros (+ 9,9 %). La Coupe du Monde de la FIFA 2010 a entraîné un dynamisme sur le plan publicitaire. Par ailleurs, la progression des volumes moins importante que lors des trois mois précédents du fait de la base de comparaison et de la diffusion des matches de la Coupe du monde, a été compensée par la progression des tarifs.
- 285,9 millions d'euros de chiffre d'affaires des diversifications, soit une amélioration de 59,2 millions d'euros (+ 26,1 %).

Coût de la grille

Le coût de la grille de la chaîne TF1, incluant les événements sportifs exceptionnels tels que la Coupe du Monde de la FIFA en 2010, s'élève à 482,6 millions d'euros au premier semestre 2010, contre 455,3 millions d'euros un an plus tôt.

Cette augmentation de 27,3 millions d'euros s'explique par :

- 54,4 millions d'euros résultant de la diffusion de 21 matches de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 en juin 2010. Pour mémoire, les droits des 27 matches que TF1 a choisi de diffuser (en juin et en juillet) sont valorisés à 70 millions d'euros ;
- 5,7 millions d'euros relatifs aux coûts de production des matches de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 ;
- 32,8 millions d'euros d'économies dont :
 - 10,8 millions d'euros s'expliquant par le remplacement de certains programmes par les matches de football au mois de juin ;
 - 22,0 millions d'euros réalisés sur le reste des programmes.

Efforts continus d'optimisation

Sur les 22,0 millions d'euros d'économies réalisées sur le coût de grille au premier semestre 2010, 12,0 millions peuvent être considérés comme des économies récurrentes, à la suite de la renégociation de certains contrats et de l'optimisation de la programmation.

La renégociation des contrats fournisseurs (hors droits) a généré 6 millions d'économies récurrentes à fin juin 2010.

Après 32 millions d'euros d'économies en 2008, 74 millions d'économies en 2009, le groupe TF1 réalise donc 18 millions d'euros d'économies récurrentes supplémentaires au premier semestre 2010.

Résultat opérationnel

Au premier semestre 2010, le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 104,4 millions d'euros, soit une progression de 66,9 millions d'euros par rapport au premier semestre 2009.

Le taux de marge opérationnelle s'établit à 8,1 %, contre 3,3 % pour le premier semestre 2009 et 4,3 % pour l'ensemble de l'année 2009.

Au deuxième trimestre, le résultat opérationnel du Groupe s'établit à 60,6 millions d'euros, soit une progression de 11,3 millions d'euros (+ 22,9 %) par rapport au deuxième trimestre 2009.

Le taux de marge opérationnelle du deuxième trimestre s'établit à 8,8 %, tout en intégrant le coût de la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Ces performances confirment, trimestre après trimestre, l'efficacité des mesures prises pour faire évoluer favorablement le modèle économique du Groupe.

Pour rappel, à la suite du rachat des 50 % du capital de SPS, le résultat opérationnel du premier semestre 2010 intègre un produit opérationnel de 6,1 millions d'euros, issu de la revalorisation de la quote-part antérieure détenue par Eurosport dans la société SPS, à hauteur du prix payé à Serendipity (conformément à la norme IFRS 3 révisée applicable à partir du 1^{er} janvier 2010).

Ce résultat non récurrent du premier semestre 2010 est à mettre en regard des 4 millions d'euros de plus-values relatives aux cessions de Surinvitation.com et de France 24 comptabilisées au premier semestre 2009.

Résultat

Le coût de l'endettement financier net passe de - 9,8 millions d'euros au premier semestre 2009 à - 10,4 millions d'euros à fin juin 2010, en raison du coût de portage de l'emprunt obligataire supporté au premier semestre 2010, et en l'absence de gain de juste valeur tel que celui constaté au premier semestre 2009 du fait de la baisse des taux monétaires en 2009.

Les autres produits et charges financiers sont de 3,4 millions d'euros au 30 juin 2010 contre 19,6 millions d'euros un an plus tôt. L'écart provient :

- de la prise en compte dans les comptes 2009 de l'actualisation de la juste valeur de l'option de vente des 9,9 % de Canal+ France ;
- et d'une différence de variation de juste valeur des couvertures de change sur les deux périodes.

A fin juin 2010, la charge d'impôt s'élève à 30,3 millions d'euros, en augmentation de 24,7 millions d'euros, en ligne avec l'augmentation du résultat.

La quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence s'établit à 6,8 millions d'euros à fin juin 2010, grâce aux résultats de Groupe AB^[1] et de ses filiales.

Ainsi, le résultat net du premier semestre 2010 s'élève à 73,9 millions d'euros contre 49,1 millions d'euros au premier semestre 2009 (+ 50,5 %), qui incluait la revalorisation du *put* Canal + France à hauteur de 20,3 millions d'euros.

Le résultat net du deuxième trimestre 2010 s'établit à 41,3 millions d'euros contre 42,7 millions au deuxième trimestre 2009.

[1] Concernant Groupe AB, les résultats sont décalés de 3 mois.

Structure Financière

Au 30 juin 2010, les capitaux propres de TF1 sont de 1 387,9 millions d'euros pour un total bilan de 3 704,1 millions d'euros.

L'endettement financier net à fin juin 2010 est de 120,1 millions d'euros contre une trésorerie nette de 72,8 millions au 31 décembre 2009 et un endettement financier net de 820,3 millions d'euros au 30 juin 2009. L'écart sur un an provient, d'une part, de la cession par TF1 fin 2009 de la participation de 9,9 % détenue dans Canal+ France et, d'autre part, de l'acquisition en juin 2010 de la participation complémentaire de TF1 dans les chaînes TMC et NT1.

Au 30 juin 2010, le Groupe dispose d'un portefeuille de lignes bilatérales d'un montant total de 1 155,5 millions d'euros confirmées auprès de différents établissements bancaires, permettant au Groupe de conserver une situation financière solide. Le taux d'utilisation des lignes à la clôture est nul.

La structure financière du groupe TF1 demeure saine.

Pour mémoire, l'emprunt obligataire émis le 12 novembre 2003 arrive à échéance le 12 novembre 2010. Le niveau de trésorerie disponible, ainsi que les lignes de crédit confirmées mobilisables garantissent à ce jour la capacité du Groupe à faire face à cette échéance.

Le groupe TF1 fait l'objet d'une notation par Standard & Poor's. Le 7 juillet 2010, Standard & Poor's a revu la perspective de TF1 de « stable » à « positive » tout en confirmant la note de crédit du Groupe « BBB / A-2 ».

Perspectives 2010

Après un premier semestre dynamique, tant sur le plan de la publicité que des diversifications, et avec l'intégration de TMC et NT1 à compter du 1^{er} juillet 2010, le groupe TF1 revoit son objectif de chiffre d'affaires consolidé pour l'année 2010 à 2 530 millions d'euros contre 2 365 millions d'euros en 2009, soit + 7 %.

La stratégie définie il y a un peu plus de deux ans est désormais en place :

- le 11 juin 2010, le groupe TF1 a renforcé sa position sur la télévision en clair, avec le rachat de TMC et de NT1 ;
- la stratégie 360, consistant à exploiter des droits sur les différents canaux du Groupe est opérationnelle, comme l'a démontré le succès du dispositif 360 autour de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 ;
- le modèle économique est en adaptation constante afin de retrouver une rentabilité satisfaisante, la diversification et l'amélioration des revenus étant désormais conjuguées à une rigueur de gestion, tant sur le plan du coût de grille que des frais généraux ;
- le groupe TF1 s'est positionné sur de nouveaux marchés comme les jeux et les paris en ligne et la relation clients et a modifié ses relations avec les opérateurs télécoms ;
- enfin, le Groupe a signé des partenariats pour sécuriser certaines activités (production cinématographique, jeux et paris en ligne).

L'objectif, qui était d'atteindre à moyen terme, un taux de rentabilité dans la moyenne des principales chaînes de télévision européennes, est confirmé, sans pour autant que le chiffre de 20 % d'EBITDA / Chiffre d'affaires puisse être désormais maintenu, compte tenu des changements économiques intervenus dans l'ensemble du secteur entre 2008 et 2010.

Par ailleurs, la stratégie mise en place doit permettre la stabilisation du coût de grille et une répartition plus équilibrée des revenus entre la chaîne TF1 et les autres activités du Groupe.

1. Antennes France

Le pôle Antennes France génère un chiffre d'affaires de 1 043,4 millions d'euros, en croissance de 14,3 % et un résultat opérationnel de 83,2 millions d'euros au premier semestre 2010, soit une hausse de 51,0 millions d'euros par rapport au premier semestre 2009. Le taux de marge opérationnelle du premier semestre 2010 s'établit à 8,0 % contre 3,5 % au premier semestre 2010.

1.1. Antenne TF1

Au cours du premier semestre 2010, la reprise du marché publicitaire permet à la chaîne TF1 de réaliser un chiffre d'affaires de 769,5 millions d'euros, en croissance de 11,3 %, et un résultat opérationnel de 56,9 millions d'euros en hausse de 37,0 millions d'euros, intégrant la Coupe du Monde de la FIFA 2010.

Le chiffre d'affaires publicitaire de la chaîne est en hausse de 11,4 % à 764,6 millions d'euros.

La chaîne TF1²

Au premier semestre 2010, la consommation de télévision est particulièrement dynamique et affiche un record de durée d'écoute par Français de 3h35 (soit + 7 minutes en un an). Les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats regardent toujours plus la télévision : la durée d'écoute est en hausse de 10 minutes à 3h47. C'est le deuxième niveau le plus élevé jamais observé sur cette cible (le record de 3h49 ayant été atteint au premier semestre 2007).

A la fin du premier semestre 2010, 93 % des Individus âgés de 4 ans et plus en France ont accès à une offre de 18 chaînes ou plus, soit 8 points de plus qu'une année auparavant. La croissance des chaînes de la TNT gratuite se poursuit ; elles atteignent désormais 18,9 % de part d'audience contre 14,3 % sur la même période de 2009 (Individus âgés de 4 ans et plus).

Dans un univers aussi fragmenté, les chaînes historiques sont toutes impactées par cette progression. Au premier semestre, la part d'audience de TF1 s'établit à 24,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, contre 26,3 % au premier semestre 2009. La part d'audience réalisée sur la cible des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats s'établit à 28,2 % au premier semestre 2010 (contre 29,5 % au premier semestre 2009). Conformément à sa stratégie, TF1 continue d'enregistrer d'excellents résultats aux heures offrant un fort potentiel de monétisation, affichant un écart sur son challenger plus important qu'en ensemble journée, et plus encore sur les cibles publicitaires. En *prime time*, TF1 est la seule grande chaîne nationale à gagner de nouveaux téléspectateurs en un an (+ 200 000 téléspectateurs), et obtient une moyenne de 6,6 millions de téléspectateurs au premier semestre 2010.

La politique éditoriale adoptée par TF1, qui s'appuie sur une offre fédératrice et événementielle a permis à la chaîne de se classer numéro 1 dans tous les genres de programmes qu'elle propose.

Fiction française : la nouvelle offre de comédie du lundi soir a rassemblé en moyenne 7,3 millions de téléspectateurs, avec notamment *Clem* qui a réuni 9,4 millions de téléspectateurs et 2,5 millions de vidéos vues sur TF1.fr.

A noter également, les très belles performances de la dernière saison de *Joséphine, Ange gardien* (8,5 millions de téléspectateurs pour le 50^{ème} épisode), *Une Famille Formidable* (8,4 millions de téléspectateurs), *Camping Paradis* (un record d'audience à 7,9 millions de téléspectateurs) ou *Folie Douce* (7,4 millions de téléspectateurs).

La case policière du jeudi soir est en progression de 600 000 téléspectateurs en un an et a rassemblé en moyenne 6,4 millions de téléspectateurs sur le semestre.

A noter en particulier les records de *Julie Lescaut* (7,5 millions de téléspectateurs), la saison 2 de *Profilage* (6,7 millions de téléspectateurs), *Affaires Etrangères* (7,5 millions de téléspectateurs), *Section de Recherche* (7,4 millions de téléspectateurs) et *Alice Nevers, le Juge est une Femme* (7,4 millions de téléspectateurs).

Programmes de flux : autour de grands événements en direct, de variétés, de jeux ou de magazines, les programmes de TF1 ont rassemblé le plus grand nombre. Notons notamment :

- en *prime time*
 - *Les Enfoirés, la Crise de Nerf* avec 11,6 millions de téléspectateurs, et *La dernière de Gad Elmaleh* en direct avec 6,8 millions de téléspectateurs,
 - *Koh Lanta, le Choc des Héros* qui a réuni jusqu'à 8,3 millions de téléspectateurs, séduit sur le web 4 millions de visiteurs uniques sur son site officiel et généré plus de 8 millions de vidéos vues.
- en *access*
 - *Le Juste Prix* avec 5,1 millions de téléspectateurs en moyenne,
 - *La Roue de la Fortune* avec 4,1 millions de téléspectateurs en moyenne.
- en seconde partie de soirée :
 - *Opération Tambacounda* jusqu'à 2,3 millions de téléspectateurs,
 - *Link* jusqu'à 1,8 million de téléspectateurs.

Jeunesse : avec ses marques reconnues comme les *Mini-justiciers, Ni Hao Kai Lan, Totally Spies, Bob l'Eponge, Casper*, TFou est l'offre préférée des enfants avec une moyenne de 28 % de part d'audience sur les 4-10 ans au cours du premier semestre 2010.

Séries américaines : *Mentalist* s'est installée à la première place du palmarès des séries américaines en France avec 8,3 millions de téléspectateurs en moyenne et un record à 9,8 millions de téléspectateurs. Sur le site TF1.fr, 4 millions de vidéos ont été vues de cette série.

² Source : Médiamétrie - Leadership sur la durée des *prime time* de TF1

Source : Données eStat, streaming TV

Esprits Criminels a, quant à elle, rassemblé 7,7 millions de téléspectateurs en moyenne avec un record à 8,5 millions de téléspectateurs.

Dr House a réalisé des audiences très élevées avec un record à 9,1 millions de téléspectateurs.

Enfin, *Les Experts* obtient un record à 8,3 millions de téléspectateurs sur cette période.

Cinéma : les films diffusés au premier semestre 2010 en *prime time* ont rassemblé 6,5 millions de téléspectateurs, avec notamment un record d'audience pour *L'âge de Glace 2* (7,7 millions de téléspectateurs).

Information : l'information du Groupe affirme son leadership au quotidien et confirme une capacité unique à rassembler très largement tous les Français, avec des dispositifs exceptionnels lorsque l'actualité l'exige.

Les éditions de 13h et 20h ont réalisé des records à 8,2 millions de téléspectateurs pour le *Journal de 13h* (9 janvier) et à 10,4 millions de téléspectateurs pour le *Journal de 20h* (11 mai).

Les journaux d'information sont par ailleurs un programme fort sur le web avec 25 millions de vidéos consommées chaque mois.

A noter également :

- l'excellente performance de l'émission *Paroles de Français* diffusée en *prime time* avec 8,6 millions de téléspectateurs,
- les performances du nouveau magazine de deuxième partie de soirée présenté par Harry Roselmack (1,6 million de téléspectateurs pour *Harry Roselmack avec les SDF*),
- le record d'audience de *Reportages* avec 6,1 millions de téléspectateurs,
- ou encore le record de *Sept à Huit* avec 5,8 millions de téléspectateurs.

Sport : La Coupe du Monde de la FIFA 2010 permet à TF1 de réaliser dans ce domaine des performances exceptionnelles :

- la meilleure audience de l'année avec 15,2 millions de téléspectateurs (56 % de part d'audience sur les individus âgés de 4 ans et plus) pour le match France-Mexique (17 juin),
- le record d'audience pour un magazine de deuxième partie de soirée (depuis 2000) avec 7,7 millions de téléspectateurs (40 % de part d'audience) pour *Coupe du Monde FIFA 2010, le Mag*,
- le record d'audience pour *Téléfoot, au Cœur des Bleus* (depuis 2007) avec plus de 2,9 millions de téléspectateurs (20 juin).

La saison de Ligue des Champions a rassemblé en moyenne 6,7 millions de téléspectateurs.

Ainsi, TF1 confirme son statut de grande chaîne populaire et familiale française avec pour ambition d'informer, de rassembler, d'émouvoir et de divertir le plus grand nombre.

Régie publicitaire ³

A fin juin 2010, les investissements publicitaires plurimédias (hors internet) sont en hausse de 11,8 %.

La télévision (chaînes nationales, régionales, TNT, câble et satellite), devient le premier média investi, avec une part de marché de 30,9 % et des recettes brutes de 3,8 milliards d'euros à fin juin 2010, affichant une croissance de 17,3 %, principalement du fait du regain des investissements des télévisions nationales (+ 13,3 % soit + 306 millions d'euros) et de la hausse des investissements de la TNT gratuite (+ 38,4 % soit + 238 millions d'euros).

La presse devient le second média investi en France, à fin juin 2010, avec des recettes brutes de 3,6 milliards d'euros, en hausse de 7,5 % (soit + 250 millions d'euros).

Dans ce contexte, la chaîne TF1 voit ses recettes brutes augmenter au premier semestre 2010 de 14,8 % par rapport au premier semestre 2009. La part de marché publicitaire de TF1 sur l'univers TTV s'établit à 40,8 %, en recul de 0,9 point sur un an.

Sur TF1, la quasi-totalité des secteurs ont retrouvé une forte croissance des investissements au premier semestre 2010. Les recettes brutes liées au secteur de l'alimentation progressent de 8,3 % à fin juin 2010, le secteur hygiène-beauté affiche une croissance de 13,7 %, tout comme le secteur automobile-transports qui croît de 19,5 %. L'édition, secteur actuellement en restructuration, affiche une baisse des investissements de 8,6 % sur les six premiers mois de l'année.

Cette demande soutenue s'est traduite par une progression des volumes importante au premier trimestre, laquelle s'est atténuée progressivement sur le deuxième trimestre, du fait d'une base de comparaison plus difficile. Le deuxième trimestre 2009 avait en effet connu une croissance forte des volumes après un premier trimestre 2009 difficile.

³ Kantar Media Intelligence

TF1 demeure le média de masse incontesté (33 millions de Français sont touchés quotidiennement⁴), une position qui prend toute sa valeur dans un univers fragmenté.

La stratégie commerciale de la régie publicitaire a donc été orientée dans deux directions :

- TF1 a poursuivi sa stratégie de segmentation mise en place en 2009, permettant une hausse des tarifs sur les zones à fort potentiel de monétisation, notamment grâce à la Coupe du Monde de la FIFA 2010 au deuxième trimestre,
- TF1 a développé et mis à disposition des annonceurs l'outil Media Way (TNS World Panel) qui mesure en permanence l'efficacité des campagnes TV sur les ventes et qui positionne TF1 comme le support publicitaire le plus efficace.

Les revenus publicitaires nets au premier semestre 2010 ressortent donc en croissance de 11,4 % à 764,6 millions d'euros avec un premier trimestre en hausse de 13,0 % à 362,8 millions d'euros et un deuxième trimestre qui croît de 9,9 % à 401,8 millions d'euros.

Coupe du Monde de la FIFA 2010

Le deuxième trimestre 2010 a été marqué par la Coupe du Monde de la FIFA 2010, évènement majeur pour le groupe TF1. Tout au long de cette compétition, le Groupe a réalisé de réelles performances et de nombreux records sur ses différents canaux.

Sur TF1, la chaîne a rassemblé en moyenne sur l'ensemble des 27 matches, 7,1 millions de téléspectateurs pour 40 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus, 33 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats et, pour les matches diffusés en *prime time*, 8,9 millions de téléspectateurs pour 39 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. TF1 réalise le record d'audience de l'année 2010, le 17 juin, pour le match France - Mexique, avec 15,2 millions de téléspectateurs et une part d'audience de 56 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 51 % sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats. Il s'agit également de la 15^{ème} meilleure audience pour un match de football, depuis la création du Médiamat en 1989⁴.

La finale Pays-Bas – Espagne, avec 14,1 millions de téléspectateurs, représente la meilleure audience pour un match de football sans équipe française, depuis la création du Médiamat⁴.

Pendant la période de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, le *Journal de 20h* atteint une moyenne de 6,2 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 33 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus, et notamment, le 11 mai, il réalise 10,4 millions de téléspectateurs pour 41 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus lors de l'annonce des joueurs de l'Equipe de France sélectionnés.

TF1 a conclu un partenariat avec différents opérateurs pour une première mondiale : permettre aux abonnés de suivre en exclusivité et en direct 5 rencontres de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 en 3D sur un canal créé pour l'occasion, TF1 3D. Cette nouveauté a provoqué un réel intérêt auprès des opérateurs, permettant au Groupe de prouver sa réelle capacité d'innovation technologique.

Sur le web, le site officiel de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, déployé conjointement par TF1 et Eurosport, enregistre 31 millions de visites et plus de 10 millions de vidéos vues. L'offre vidéo a donc été très largement plébiscitée par les internautes, notamment les résumés de matches. La diffusion des 27 matches et le player innovant développé par WAT pour l'occasion, qui permettait de contrôler le direct, ont rencontré un succès sans précédent avec plus de 150 000 connexions en live enregistrées par match, pour atteindre un record lors de la rencontre France-Afrique du Sud avec plus de 750 000 connexions live, et un pic de 250 000 connexions simultanées. De plus, l'application iPhone Coupe du Monde FIFA 2010, développée pour l'occasion, a été téléchargée plus de 250 000 fois et a enregistré 2,7 millions de visites. La stratégie 360 déployée autour de l'évènement a été un réel succès.

En termes financiers, la Coupe du Monde de la FIFA 2010 aura sur l'exercice 2010 un impact sur le coût de grille de la chaîne TF1 de 77 millions d'euros (incluant les droits et les coûts de production) pour la diffusion de 27 matches, soit un coût moyen par match de 2,9 millions d'euros, ce qui représente une économie de 40 % par rapport à 2006. A fin juin 2010, l'impact de cette compétition sur le coût de grille de la chaîne TF1, incluant les droits et les coûts de production au titre des matches diffusés jusqu'au 30 juin 2010, s'élève à 60,1 millions d'euros.

⁴ Source : Médiamétrie

33 millions de Français sont touchés quotidiennement sur la période janvier -juin 2010

Pour mémoire, la diffusion des 24 matches de la Coupe du Monde de la FIFA 2006 avait pesé pour 114 millions d'euros (droits et coûts de production), soit un coût moyen par match de 4,8 millions d'euros.

La revente d'une partie des droits à France Télévisions et Canal +, pour 33 millions d'euros, a également entraîné la comptabilisation au premier semestre 2010 d'une moins-value de cession pour 17 millions d'euros, intégralement provisionnée en 2009.

1.2. Téléshopping

Au premier semestre 2010, le pôle Téléshopping retrouve la voie de la croissance avec une contribution au chiffre d'affaires consolidé de 59,8 millions d'euros contre 55,8 millions d'euros un an plus tôt, soit une hausse de 7,2 %. Cette évolution s'explique principalement par une amélioration de l'activité *Infomercials* soutenue par de nouveaux contrats de diffusion avec les chaînes de la TNT et du câble-satellite, ainsi que par les bonnes performances de Place des Tendances.

Les efforts de réduction de coûts et d'accroissement des marges sur les produits des différentes activités ont permis de générer un résultat opérationnel de 2,7 millions d'euros, en hausse de 17,4 % par rapport au premier semestre 2009. Pour mémoire, le résultat opérationnel de Téléshopping au premier semestre 2009 intégrait 2 millions d'euros de plus-value à la suite de la cession de Surinvitation.

1.3. Chaînes thématiques⁵

Le chiffre d'affaires des chaînes thématiques s'élève à 107,9 millions d'euros à fin juin 2010, soit une progression de 10,7 %. Les recettes d'abonnement des chaînes payantes affichent une hausse de 7,0 %. Les recettes publicitaires affichent une progression de 15,8 % ; les excellents résultats de TMC et d'Eurosport France permettent en effet de compenser le retrait de la publicité sur les autres chaînes du pôle, les chaînes du câble-satellite étant en concurrence directe avec celles de la TNT gratuite.

Le résultat opérationnel du pôle est de 11,8 millions d'euros, soit une hausse de 38,8 %.

TMC

Au mois de juin 2010, TMC réalise 3,2 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Ces succès permettent à la chaîne généraliste, leader de la TNT, d'être la sixième chaîne nationale en France.

En moyenne, au premier semestre, TMC réalise des parts d'audience sur ces mêmes cibles de respectivement 3,1 % (soit + 0,7 point par rapport à la même période en 2009) et 3,4 % (soit + 0,7 point par rapport à la même période en 2009). TMC affiche une progression continue des audiences de la chaîne notamment sur les cibles publicitaires.

Le record d'audience pour TMC, au premier semestre, s'établit à 1,7 million de téléspectateurs lors de la diffusion de *La Ligne Verte*. 818 000 téléspectateurs suivent désormais, en moyenne, les programmes en *prime time* de la chaîne (soit une progression de 39 % sur un an).

Au cours du premier semestre, TMC a enregistré une croissance de ses recettes publicitaires qui permet ainsi d'investir en grille afin de maintenir sa position de leader de la TNT et de recruter de nouveaux publics.

Par ailleurs, l'Autorité de la Concurrence et le CSA ont rendu leur décision, respectivement le 26 janvier et le 23 mars, autorisant la prise de contrôle de TMC et de NT1 par TF1, sous réserve d'engagements comportementaux et d'engagements visant à garantir le pluralisme et la diversité de l'offre des programmes⁶.

Le 23 avril, le Conseil d'Etat a décidé d'écarter la demande de référé de M6, laquelle tendait à voir suspendre les décisions de l'Autorité de la Concurrence et du CSA.

Ainsi, le 11 juin 2010, Groupe AB et TF1 ont finalisé l'opération de rachat en direct de 100 % de la chaîne NT1 et des 40 % de la chaîne TMC détenus par Groupe AB. Cette acquisition produira ses effets dans les comptes du groupe TF1 à partir du troisième trimestre de l'année 2010.

⁵ Source : Médiamat / Médiaplanning pour TF1, TMC, TV Breizh, Eurosport et LCI
MédiaCabSat / MédiamatThématik pour Eurosport 2, Odysée, Ushuaïa TV et Histoire

⁶ Les engagements pris par TF1 sont détaillés en page 52 du document de référence 2009

Eurosport France

Au premier semestre 2010, la croissance du nombre d'abonnés payants (7,5 millions au 30 juin 2010, soit + 0,2 million par rapport au 30 juin 2009), notamment en Belgique francophone, a permis une progression des recettes liées aux abonnements. Le succès de la Haute Définition démontre, par ailleurs, la capacité d'Eurosport France à fidéliser ses téléspectateurs et sa maîtrise des avancées technologiques.

Les recettes publicitaires sur Internet sont en hausse ; le site a attiré 3,6 millions de visiteurs uniques au mois de mai 2010, soit une progression de 44 % sur un an. La version française est le deuxième site sportif en France.

En matière de droits, Eurosport France a renouvelé son contrat portant sur les droits de la Ligue 2 et de la Coupe de France de football.

Le résultat opérationnel est en hausse au premier semestre 2010, malgré un coût de grille en légère hausse du fait de la diffusion des Jeux Olympiques de Vancouver et de la Coupe du Monde de la FIFA 2010. Cette hausse des coûts de programmes est toutefois compensée par la poursuite de la gestion rigoureuse engagée en 2009.

LCI

Dans la continuité de la réorganisation du Pôle Information du Groupe, initiée en 2008, la Chaîne Info est passée au début de l'année sur l'outil PNS2 (Process News and Sports 2).

LCI affiche un recul de ses recettes publicitaires compensé partiellement par une amélioration des revenus liés aux abonnements et par les revenus d'exploitation du contrat avec Aéroports de Paris. Malgré les économies réalisées sur les coûts de fonctionnement au premier semestre, le résultat opérationnel est en légère baisse.

Autres chaînes thématiques

Première chaîne mini-généraliste payante sur les Individus âgés de 4 ans et plus mais aussi sixième chaîne la plus regardée par les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (toutes chaînes confondues sur l'offre payante), **TV Breizh** connaît des résultats positifs en termes de recettes publicitaires et d'abonnements. Elle réalise auprès des abonnés à une offre payante 1,1 % de part d'audience (Individus âgés de 4 ans et plus) et 2,0 % de part d'audience pour la cible publicitaire (Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats).

La chaîne enregistre d'excellentes audiences grâce à une programmation qui fidélise ses cibles publicitaires, dans la majorité des genres :

- les films (*Dans la ligne de mire, US Marshal, Les visiteurs 2, Ma Sorcière bien aimée...*),
- les séries américaines premium comme *Preuve à l'appui* ou *New York, Cour de Justice*,
- les séries US fortement identifiées comme *Arabesque, Columbo*,
- et les fictions françaises.

Les chaînes du **Pôle Découverte**, dans un contexte concurrentiel difficile, ont poursuivi leurs efforts pour renforcer leur positionnement éditorial de véritables chaînes d'affinités.

Histoire, au premier semestre 2010, a continué de développer sa politique dynamique et créative autour du débat et des commémorations d'événements historiques.

Odyssée, chaîne dédiée à l'art de vivre, s'est vue diffusée en *catch-up* sur de nouvelles plateformes. En octobre 2010, Odyssée réorientera sa politique éditoriale vers le luxe et les tendances pour devenir Styliia.

Ushuaïa TV, chaîne du développement durable, a continué de proposer des magazines et des émissions spéciales consacrées à la protection de la planète, ainsi que des documentaires inédits en HD.

1.4. TF1 Entreprises

TF1 Entreprises enregistre au premier semestre 2010 un chiffre d'affaires de 15,8 millions d'euros, en croissance de 15,3 % par rapport au premier semestre 2009.

Le premier semestre a été marqué par de nombreux succès dans le domaine musical :

- la production « *Spiritus Dei, Les Prêtres* » est restée numéro 1 des ventes pendant 9 semaines avec plus de 347 000 exemplaires vendus ;
- des contrats avec de nouveaux artistes (notamment *Christophe Maé, Mylène Farmer, Stanislas, Lady Gaga...*) ont été signés ;
- des partenariats prometteurs (*Black Eyed Peas, Johnny Hallyday, Era...*) ont été poursuivis ;
- la comédie musicale *Mozart, l'Opéra Rock* continue de triompher avec 223 000 billets vendus à Paris et 424 000 billets vendus en Province.

Parmi les 10 meilleures ventes d'albums en France au premier semestre 2010, 7 sont des partenariats ou productions TF1/TF1 Musique.

Le résultat opérationnel de TF1 Entreprises ressort ainsi à 0,3 million d'euros, à comparer à une perte opérationnelle de - 1,8 million d'euros au premier semestre 2009, l'amélioration de l'activité étant associée à une maîtrise des charges de structure.

1.5. Production

Le pôle Production réalise un chiffre d'affaires de 10,1 millions d'euros contre 10,5 millions d'euros un an plus tôt, soit une baisse de 3,8 %.

Le pôle affiche une perte opérationnelle de 0,1 million d'euros, soit une dégradation de 4,2 millions par rapport à l'année précédente.

TF1 Films Production

La filiale TF1 Films Production voit son chiffre d'affaires reculer du fait d'un effet de saisonnalité. Depuis le début de l'année 2010, 7 films coproduits par la filiale sont sortis en salles, dont 4 films ayant dépassé le million d'entrées contre 13 films sortis sur les six premiers mois 2009, dont 6 millionnaires. *Camping 2* réalise une très belle performance avec 3,9 millions d'entrées suivi par *La Rafle* avec 2,9 millions d'entrées à fin juin 2010.

TF1 Production

Au cours du premier semestre, la filiale a tenu une place importante lors de la Coupe du Monde de la FIFA 2010, avec pour objectif l'alimentation de toutes les antennes du Groupe.

Les magazines de la chaîne TF1 produits par TF1 Production ont d'ailleurs connu un large succès. Tout au long de la compétition, TF1 a proposé *Coupe du Monde FIFA 2010, Le Mag*. Les 21 émissions ont réalisé d'excellentes audiences avec en moyenne, 4,7 millions de téléspectateurs pour 29 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus avec un pic d'audience le 17 juin à 7,7 millions de téléspectateurs (40 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 40 % sur le public féminin).

1.6. e-TF1 ⁷

Avec 17,6 millions de visiteurs uniques à fin mai 2010, le groupe TF1 conserve sa place de leader en tant que groupe média de télévision sur le web.

L'offre TF1.fr représente 6,7 millions de visiteurs uniques à fin mai 2010, plaçant ainsi TF1.fr au sein des leaders des sites de chaînes de télévision.

La vidéo affiche de très bons résultats sur TF1.fr. Au premier semestre, 827 millions de vidéos gratuites ont été vues sur les sites du Groupe dont 418 millions de vidéos en *catch-up*. La vidéo affiche donc une remarquable performance sur TF1.fr puisqu'en 2010, en 6 mois, le nombre de vidéos vues en *catch-up* dépasse celui enregistré au cours de l'ensemble de l'année 2009 (400 millions).

⁷ Source : Panel Médiamétrie NNR Mai 2010
Source : eStat, streaming TV

Les *pure-players* du Groupe poursuivent leur progression avec WAT.tv qui comptabilise 5,5 millions de visiteurs uniques, et Plurielles.fr, le site féminin du Groupe qui compte 2,6 millions de visiteurs. Overblog confirme, quant à lui, sa place de n°1 avec 10,7 millions de visiteurs uniques.

Malgré des revenus impactés par la baisse de l'interactivité due à la réduction du nombre de jeux diffusés à l'Antenne, e-TF1 connaît un fort rebond des revenus publicitaires par rapport à l'an dernier, notamment grâce à la bonne commercialisation des formats vidéos.

Le chiffre d'affaires d'e-TF1 au premier semestre 2010 s'établit à 37,3 millions d'euros, soit une amélioration de 0,4 million d'euros (+1,1 %) par rapport au premier semestre 2009.

Les bonnes performances en termes d'activité ainsi que la non récurrence de charges liées à la refonte des sites Internet au premier semestre 2009 permettent une amélioration du résultat opérationnel de + 3,6 millions d'euros. e-TF1 ressort à l'équilibre à fin juin 2010, malgré la prise en compte de la nouvelle taxe sur l'interactivité pour 1,1 million d'euros.

1.7. Divers

Au premier semestre 2010, le chiffre d'affaires est de 43,0 millions d'euros, à comparer à 7,5 millions d'euros au premier semestre 2009, du fait de la revente des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2010 à France Télévisions et Canal + pour 33 millions d'euros.

Le résultat opérationnel s'élève à 11,5 millions d'euros, à comparer à 2,7 millions d'euros au premier semestre 2009, soit une amélioration de 8,8 millions d'euros provenant principalement de la commission de régie réalisée sur les radios indépendantes et du chiffre d'affaires publicitaires réalisées sur les chaînes thématiques hors groupe.

2. Droits Audiovisuels

Le chiffre d'affaires du pôle Droits Audiovisuels s'élève à 60,0 millions d'euros pour le premier semestre 2010, en baisse de 8,9 millions par rapport à l'année précédente.

Le résultat opérationnel ressort à - 5,6 millions d'euros contre - 15,2 millions d'euros un an plus tôt.

Le chiffre d'affaires de **TF1 Droits Audiovisuels** s'établit à 24,4 millions d'euros, en diminution de 1,4 million. Le succès des films sortis en salle (notamment *Planète 51* avec 970 000 entrées, *Les Invités de mon Père* avec 830 000 entrées) au premier semestre par TF1 Droits Audiovisuels ne compense que partiellement le moins grand nombre de sorties en salles par rapport au premier semestre 2009.

Le résultat opérationnel ressort à 0,7 million d'euros, à comparer à une perte de - 9,8 millions d'euros au premier semestre 2009.

Le chiffre d'affaires de l'activité **Vidéo** est en recul de 17,4 % à 35,6 millions d'euros. Malgré de grands succès comme *Le Ruban blanc* (Palme d'Or du Festival de Cannes 2009 et Golden Globe du meilleur film étranger) et *Un Prophète* (récompensé 9 fois aux Césars et nommé aux Oscars comme meilleur film étranger) et une activité de vidéo à la demande en progression de 46 %, TF1 Vidéo subit, dans un contexte de baisse structurelle des prix, une baisse des volumes vendus, du fait de sorties limitées et d'un référentiel 2009 qui bénéficiait de titres à succès. A cet effet volume s'ajoute un effet structurel de baisse des prix.

Malgré une très forte diminution des charges, le recul de l'activité entraîne une perte opérationnelle de 6,3 millions d'euros, à comparer à une perte de 5,4 millions d'euros un an plus tôt.

3. Antennes Internationales

L'activité Antennes Internationales affiche un chiffre d'affaires de 181,2 millions d'euros contre 147,3 millions d'euros un an plus tôt, en hausse de 23,0 %.

Le pôle Antennes Internationales intègre l'activité jeux et paris en ligne (SPS) à 50 % au premier trimestre 2010 et 100 % à partir du deuxième trimestre 2010.

Le résultat opérationnel du pôle s'établit à 26,8 millions d'euros, soit une augmentation de 20,2 %. Il comprend :

- le résultat opérationnel d'Eurosport International pour 26,8 millions d'euros en augmentation de 6,5 millions d'euros (+ 32,0 %),
- la revalorisation des parts détenues par Eurosport dans SPS, à la suite de l'acquisition par TF1 des 50 % détenus par Serendipity, pour 6,1 millions d'euros,
- 6,1 millions de pertes sur SPS.

Pour rappel, le résultat opérationnel des Antennes Internationales au premier semestre 2009 intégrait 2 millions d'euros de plus-value liée à la cession de France 24.

Eurosport International⁸

Les audiences des chaînes Eurosport affichent de bons résultats au premier semestre 2010 : l'audience moyenne s'établit à 657 000 téléspectateurs au quart d'heure moyen à fin juin 2010 dont 585 000 pour la seule chaîne Eurosport. Cette performance s'explique par une programmation attractive au premier trimestre 2010 avec la diffusion des Jeux Olympiques de Vancouver (120 millions de téléspectateurs sur la période) et de la Coupe d'Afrique des Nations et une bonne résistance à la concurrence accrue des chaînes diffusant les matches de la Coupe du Monde de Football de la FIFA 2010.

A fin juin 2010, Eurosport est reçue par 120,5 millions de foyers en Europe (+ 3,7 millions par rapport au premier semestre 2009). La poursuite du développement du câble et de l'ADSL profite à l'ensemble des chaînes du Groupe, tout comme le développement sur de nouveaux territoires et les développements technologiques. A noter la réussite du partenariat avec Panasonic : Eurosport a diffusé le tournoi de Roland Garros en 3D dans plus de 3 000 magasins Hifi en Europe. Ces retransmissions, relayées auprès de la presse par des campagnes de communication spécifiques, ont rencontré un vif succès et confirment la capacité d'Eurosport à innover.

Les abonnés payants augmentent de 6 % (+ 4,8 millions) par rapport au premier semestre 2009, principalement sur l'Europe de l'Est et centrale.

La croissance de la chaîne Eurosport 2 à 43,8 millions d'abonnés (+ 7,8 millions sur un an) est également marquée par les bonnes performances enregistrées en Europe de l'Est et par le lancement de la version suédoise en avril 2010 en Scandinavie. La Bundesliga renforce notamment l'offre de cette chaîne, disponible en HD.

La progression de la chaîne Eurosport HD à 9,8 millions d'abonnés (+ 7,1 millions sur un an) connaît des résultats très satisfaisants au Royaume-Uni, en Europe méditerranéenne mais aussi en Scandinavie. Elle renforce considérablement le positionnement du groupe Eurosport.

EurosportNews poursuit également son développement et atteint 6,3 millions d'abonnés en quasi-totalité payants.

Enfin, la déclinaison Asie/Pacifique, grâce aux accords conclus avec les plateformes australiennes, connaît une accélération dans son développement et consolide ainsi durablement sa présence en Océanie.

Cette croissance du nombre d'abonnés permet d'améliorer fortement le chiffre d'affaires provenant des abonnements qui croît de 19 % au premier semestre 2010.

La diffusion d'événements forts prisés par les annonceurs, l'environnement économique plus propice et la base de comparaison favorable permettent à Eurosport International d'enregistrer également une hausse de son chiffre d'affaires publicitaire de 31 %.

Les audiences Internet demeurent soutenues au premier semestre et en forte progression avec désormais 20 millions de visiteurs uniques par mois. Les audiences Internet placent Eurosport au premier rang européen des réseaux sportifs. Eurosport est devenue désormais la sixième marque au classement mondial des sites de sport (ComScore). Fin juin 2010, les sites anglophones à destination de l'Australie et de l'Asie du Sud-Est ont été lancés en lien avec le développement accéléré dans cette région, portant ainsi le nombre de déclinaisons locales à 13 et le nombre de versions linguistiques à 10.

⁸ Source : comScore Networks, 1^{er} site en Europe avec 12,3 millions de visiteurs uniques en mai 2010

Source : NedStat visiteur unique cookies

Source : comScore Networks, 1^{er} site en Europe avec 19,9 millions de visiteurs uniques en mai 2010

Le chiffre d'affaires des autres activités est en progression également, soutenue par la réussite du *player* Eurosport (service de rediffusion payante), le lancement d'Eurosport Arabia et par les applications gratuites iPhone ou SmartPhone d'Eurosport téléchargées près de 2,5 millions de fois à fin juin 2010.

Le chiffre d'affaires total d'Eurosport International ressort à 181,2 millions d'euros, en amélioration de 33,9 millions d'euros à fin juin 2010 (+ 23,0 %) par rapport au 30 juin 2009.

Le résultat opérationnel d'Eurosport International s'établit à 26,8 millions d'euros soit un taux de marge de 14,8 % contre 13,8 % au premier semestre 2009. Un tel taux de marge dans une année à événements sportifs constitue une remarquable performance témoignant d'une réelle maîtrise des charges de structure, d'optimisation des coûts et d'un bon équilibre entre coût d'acquisition des droits, facteurs clés d'audiences et de perception de la chaîne, et recettes associées.

SPS

En France, le 8 mars 2010, le groupe TF1, qui détenait déjà, via sa filiale Eurosport, 50 % du capital de la société SPS, a porté sa participation à 100 %, en rachetant les 50 % détenus par le fonds d'investissement Serendipity.

Trois mois plus tard, le 8 juin, SPS a obtenu de l'ARJEL⁹ deux licences lui permettant de devenir opérateur de paris sportifs ou de poker en ligne sur le marché français. Le site EurosportBET.fr a été lancé le même jour.

En Angleterre, le site est opérationnel mais les revenus ne sont pas encore significatifs, dans un marché à l'origine fortement concurrentiel.

Enfin, EurosportPOKER.fr a été mis en ligne le 30 juin 2010, complétant l'offre existante.

4. Evènements survenus depuis la clôture

Aucun événement significatif n'est survenu postérieurement à la clôture.

5. Point social

Au 30 juin 2010, le groupe TF1 compte 3 671 collaborateurs contre 3 691 un an plus tôt. Au 31 décembre 2009, les effectifs du Groupe étaient de 3 638 personnes. Cette augmentation sur le semestre provient de l'intégration au sein du Groupe des effectifs de SPS.

6. Risques et litiges

A la connaissance de la société et du Groupe, aucun nouveau facteur de risque ou nouveau litige pris individuellement, pouvant avoir une incidence sensible sur l'activité, les résultats, la situation financière et le patrimoine de la société et du Groupe, n'a été recensé depuis la publication du document de référence de TF1, le 29 mars 2010 auprès de l'AMF (D. 10-0182). Ces principaux risques sont présentés aux pages 48 à 58.

Sur la question de la distribution des chaînes thématiques payantes, les échanges avec les services d'instruction de l'Autorité de la Concurrence se sont poursuivis au cours du premier semestre 2010 et une audience s'est tenue devant les membres du collège de l'Autorité le 7 juillet 2010.

7. Gouvernance

Evolution de la composition du Conseil d'Administration depuis la publication du document de référence de TF1 déposé le 29 mars 2010 auprès de l'AMF sous le numéro D. 10-0182 :

Le Conseil d'Administration, sur proposition du Comité de sélection, a coopté Madame Laurence Danon, Présidente du Directoire d'Edmond de Rothschild Corporate Finance, comme administrateur indépendant.

⁹ ARJEL : Autorité de Régulation des Jeux En Ligne

Le Conseil d'Administration a constaté que Laurence Danon est administrateur indépendant au regard des critères d'indépendance définis par le code AFEP-MEDEF. Le nombre d'administrateurs indépendants au sein du Conseil d'Administration s'élève à 3 sur 12.

8. Parties liées

Il n'y a pas eu d'évolutions significatives concernant les parties liées depuis la publication du document de référence de TF1, déposé le 29 mars 2010 auprès de l'AMF (D. 10-0182).

9. Développement durable

Enjeux sociaux : la diversité

Mobilisé pour obtenir le Label Diversité délivré par AFNOR Certification, le Groupe a fait réaliser un état des lieux et a lancé des groupes de travail. Un état des lieux a été réalisé par un cabinet externe ; 10 chantiers ont été lancés. L'Entreprise sera auditée à partir du 4 octobre pour un résultat attendu début 2011.

La Fondation d'entreprise de TF1 a recruté sa troisième promotion. Les 10 nouvelles recrues intégreront le groupe TF1 le 1^{er} septembre 2010 à des postes de journaliste, réalisateur, technicien, chargé de communication ainsi qu'aux ressources humaines et au marketing.

Enjeux liés aux contenus

- **La solidarité et la sensibilisation du public aux grands enjeux**

Le premier trimestre a été marqué par le lancement des trois grandes opérations récurrentes de la chaîne : *Opération Pièces Jaunes*, *Sidaction* et *Les Restos du Cœur*. Cette dernière campagne continue au deuxième trimestre par la diffusion du documentaire sur *Les Restos du Cœur*.

Du 12 au 18 avril 2010, la Direction de l'Information a mutualisé ses antennes pour la deuxième édition de *La Semaine pour l'Emploi*.

- **L'accessibilité des programmes aux sourds et malentendants**

Au premier semestre, LCI a rendu accessibles ses journaux télévisés aux sourds et malentendants grâce au langage des signes.

TV Breizh, Odyssée, Ushuaïa TV et Histoire ont également mis en place au cours du premier semestre 2010 le sous-titrage permettant aux sourds et malentendants d'avoir accès aux programmes clés des chaînes.

- **Paris en lignes et jeu responsable**

EurosportBET est membre fondateur de la Fédération Française des Entreprises de Jeux en Ligne aux côtés de la Française des Jeux, du PMU et du Groupe Lucien Barrière. Cette association professionnelle est appelée à représenter les intérêts des opérateurs légaux notamment dans le dialogue avec les pouvoirs publics et à promouvoir le jeu responsable.

10. Titre

Au 30 juin 2010, l'action TF1 clôture à 10,78 euros, soit une hausse de 35 % par rapport au 30 juin 2009. Le CAC 40 et le SBF 80 connaissent sur cette même période une augmentation de respectivement 10 % et 26 %.

Au cours des six premiers mois de l'année, l'action recule de 16 %, à comparer à une baisse de 13 % pour le CAC 40 et une augmentation de 2 % pour le SBF 80.

Après une phase de croissance des marchés boursiers au deuxième semestre 2009, des craintes sur la reprise économique mondiale et des inquiétudes concernant les capacités de financement au sein de la zone euro entraînent une nouvelle baisse des marchés en 2010.

La valorisation boursière du groupe TF1 est, au 30 juin 2010, de 2,3 milliards d'euros contre 1,7 milliard à fin juin 2009.

11. Actionnariat

	Situation au 30 juin 2010			Situation au 31 décembre 2009			Situation au 30 juin 2009		
	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% des droits de vote
Bouygues	91 806 565	43,0%	43,0%	91 806 565	43,0%	43,0%	91 806 565	43,0%	43,0%
Autodétention	14 625	0,0%	0,0%	14 625	0,0%	0,0%	14 625	0,0%	0,0%
Salariés TF1	12 296 695	5,8%	5,8%	11 466 260	5,4%	5,4%	11 263 445	5,3%	5,3%
<i>dont FCPE TF1</i>	<i>12 172 780</i>	<i>5,7%</i>	<i>5,7%</i>	<i>11 341 320</i>	<i>5,3%</i>	<i>5,3%</i>	<i>130 065</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>
<i>dont salariés au nominatif</i>	<i>123 915</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>	<i>124 940</i>	<i>0,1%</i>	<i>0,1%</i>	<i>11 133 380</i>	<i>5,2%</i>	<i>5,2%</i>
Flottant France (1) (2)	36 275 658	17,0%	17,0%	37 348 254	17,5%	17,5%	45 027 126	21,1%	21,1%
Flottant étranger (2)	73 016 949	34,2%	34,2%	72 774 788	34,1%	34,1%	65 298 731	30,6%	30,6%
Total	213 410 492	100,0%	100,0%	213 410 492	100,0%	100,0%	213 410 492	100,0%	100,0%

(1) Incluant les porteurs non identifiés

(2) Estimations relevé Euroclear

Présentation analytique du compte de résultat consolidé

en millions d'euros	S1 2010	S1 2009	2009
Antenne TF1			
Recettes de publicité	764,6	686,5	1 429,4
Coût de la régie	(38,0)	(35,0)	(71,7)
RECETTES NETTES DIFFUSEUR	726,6	651,5	1 357,7
Prélèvements obligatoires			
- Auteurs	(29,1)	(26,5)	(54,8)
- CNC	(41,2)	(36,9)	(77,6)
- Taxe sur la publicité diffusée	(9,6)	(10,4)	(9,3)
Coûts de diffusion			
- TDF, Satellites, Circuits	(25,0)	(24,7)	(51,5)
Coût de la grille (hors événements sportifs exceptionnels)	(422,5)	(455,3)	(926,9)
Événements sportifs exceptionnels	(60,1)	-	-
MARGE BRUTE GRILLE	139,1	97,7	237,6
Recettes diversifications et autres produits de l'activité	519,3	442,3	933,2
Autres charges opérationnelles	(521,9)	(450,2)	(955,6)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(32,1)	(52,3)	(113,9)
RESULTAT OPERATIONNEL	104,4	37,5	101,3
Coût de l'endettement financier net	(10,4)	(9,8)	(22,3)
Autres produits et charges financiers	3,4	19,6	36,2
Impôts	(30,3)	(5,6)	(15,3)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	6,8	7,4	14,6
RESULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE	73,9	49,1	114,5
Part des minoritaires	(0,3)	-	0,1
RESULTAT NET CONSOLIDE PART DU GROUPE	74,2	49,1	114,4

Présentation des comptes consolidés au 30 juin 2010

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

BILAN CONSOLIDE

ACTIF (en millions d'euros)	Notes	2010.06	2009.12	2009.06
Goodwill		519,6	506,9	507,3
Immobilisations incorporelles		130,9	137,7	151,0
Droits audiovisuels		89,0	98,6	114,1
Autres immobilisations incorporelles		41,9	39,1	36,9
Immobilisations corporelles		189,6	191,4	189,7
Participations dans les entreprises associées	5	173,2	275,4	266,7
Actifs financiers non courants	6	326,2	20,2	28,4
Actifs d'impôt non courants		9,1	11,5	17,3
Total actifs non courants		1 348,6	1 143,1	1 160,4
Stocks et en-cours		612,7	600,6	595,4
Programmes et droits de diffusion		597,2	589,3	579,5
Autres stocks		15,5	11,3	15,9
Clients et autres débiteurs		1 292,9	1 350,2	1 241,0
Actifs d'impôt courants		-	9,5	6,5
Autres actifs financiers courants		14,5	8,9	745,1
Trésorerie et équivalents de trésorerie		435,4	570,5	12,2
Total actifs courants		2 355,5	2 539,7	2 600,2
Actifs en cours de cession		-	-	-
TOTAL ACTIF		3 704,1	3 682,8	3 760,6
Trésorerie nette (+) / Endettement financier net (-)		(120,1)	72,8	(820,3)

BILAN CONSOLIDE – SUITE

PASSIF (en millions d'euros)	<i>Notes</i>	2010.06	2009.12	2009.06
Capital		42,7	42,7	42,7
Primes et réserves		1 271,0	1 239,3	1 236,0
Résultat consolidé de l'exercice		74,2	114,4	49,1
Total capitaux propres part du groupe		1 387,9	1 396,4	1 327,8
Intérêts minoritaires		(0,1)	0,2	-
Total capitaux propres		1 387,8	1 396,6	1 327,8
Emprunts non courants	7	10,4	0,5	800,9
Provisions non courantes		45,6	44,0	57,9
Passifs d'impôt non courants		5,3	1,3	2,9
Total passifs non courants		61,3	45,8	861,7
Dettes financières courantes	7	544,8	505,5	37,7
Fournisseurs et autres créditeurs		1 651,2	1 696,0	1 472,9
Provisions courantes		36,5	36,4	45,9
Passifs d'impôt courants		21,8	1,1	-
Autres passifs financiers courants		0,7	1,4	14,6
Total passifs courants		2 255,0	2 240,4	1 571,1
Passifs liés aux actifs en cours de cession		-	-	-
TOTAL PASSIF		3 704,1	3 682,8	3 760,6

COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE

(en millions d'euros)	Notes	1 ^{er} semestre 2010	1 ^{er} semestre 2009	2 ^e trimestre 2010	2 ^e trimestre 2009	Exercice 2009
Recettes de publicité		864,9	767,5	462,1	411,8	1 604,6
- Antenne TF1		764,6	686,5	401,8	365,5	1 429,4
- autres supports		100,3	81,0	60,3	46,3	175,2
Recettes de la diversification hors publicité		419,7	362,6	225,6	180,4	760,1
Chiffre d'affaires		1 284,6	1 130,1	687,7	592,2	2 364,7
Autres produits de l'activité		0,1	-	0,1		-
Consommation de production externe		(302,4)	(291,5)	(125,0)	(138,7)	(645,5)
Autres achats consommés et variation de stocks		(321,3)	(227,8)	(222,2)	(116,6)	(436,1)
Charges de personnel		(211,5)	(206,4)	(106,9)	(104,3)	(445,2)
Charges externes		(228,1)	(237,4)	(119,4)	(109,1)	(487,7)
Impôts et taxes		(76,9)	(70,2)	(39,9)	(36,0)	(136,2)
Dotation nette aux amortissements		(45,1)	(44,8)	(21,2)	(20,0)	(99,9)
Dotation nette aux provisions		13,0	(7,5)	11,7	(8,8)	(14,0)
Autres produits opérationnels		40,3	39,8	19,3	9,8	109,3
Autres charges opérationnelles		(48,3)	(46,8)	(23,6)	(19,2)	(108,1)
Résultat opérationnel courant		104,4	37,5	60,6	49,3	101,3
Autres produits opérationnels non courants		-	-	-	-	-
Autres charges opérationnelles non courantes		-	-	-	-	-
Résultat opérationnel		104,4	37,5	60,6	49,3	101,3
Produits sur endettement financier	8	1,6	7,3	0,7	2,1	13,1
Charges sur endettement financier	8	(12,0)	(17,1)	(6,1)	(8,5)	(35,4)
Coût de l'endettement financier net		(10,4)	(9,8)	(5,4)	(6,4)	(22,3)
Autres produits financiers		4,1	22,9	2,1	11,0	51,2
Autres charges financières		(0,7)	(3,3)	-	(0,6)	(15,0)
Impôt		(30,3)	(5,6)	(19,2)	(13,6)	(15,3)
Quote-part dans les résultats des entreprises associées	5	6,8	7,4	3,2	3,0	14,6
Résultat net des activités poursuivies		73,9	49,1	41,3	42,7	114,5
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cession		-	-	-	-	-
Résultat net		73,9	49,1	41,3	42,7	114,5
attribuable au Groupe		74,2	49,1	41,4	42,7	114,4
attribuable aux intérêts minoritaires		(0,3)	-	(0,1)	-	0,1
Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)		213 396	213 396	213 396	213 396	213 396
Résultat des activités poursuivies par action (en euros)		0,35	0,23	0,19	0,20	0,54
Résultat des activités poursuivies dilué par action (en euros)		0,34	0,23	0,19	0,20	0,53

ETAT DES PRODUITS ET CHARGES COMPTABILISES

(en millions d'euros)	1 ^{er} semestre 2010	1 ^{er} semestre 2009	Exercice 2009
Résultat net consolidé	73,9	49,1	114,5
Réévaluation des instruments dérivés de couverture	11,6	1,2	2,7
Réévaluation des actifs financiers disponibles à la vente	-	-	-
Réévaluation des immobilisations	-	-	-
Variation des écarts de conversion sur sociétés contrôlées	0,6	0,3	0,2
Gains / pertes actuariels sur avantages du personnel	-	-	3,2
Impôts nets sur opérations en capitaux propres	(3,8)	-	(2,1)
Quote-part des produits et charges des entités associées comptabilisés en capitaux propres	-	-	-
Autres variations nettes	-	-	-
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	8,4	1,5	4,0
Total des produits et charges comptabilisés	82,3	50,6	118,5
<i>attribuable au Groupe</i>	82,6	50,6	118,4
<i>attribuable aux intérêts minoritaires</i>	(0,3)	-	0,1

* Dont ajustements de reclassement inclus dans le résultat net : couverture de flux de trésorerie pour -0,1 M€.

TABLEAU DE VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2009	42,7	2,8	(0,4)	1 352,3	(1,0)	1 396,4	0,2	1 396,6
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paievements fondés sur des actions	-	-	-	0,7	-	0,7	-	0,7
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(91,8)	-	(91,8)	-	(91,8)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	74,2	-	74,2	(0,3)	73,9
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	8,4	8,4	-	8,4
SOLDE AU 30 JUIN 2010	42,7	2,8	(0,4)	1 335,4	7,4	1 387,9	(0,1)	1 387,8

(en millions d'euros)	Capital	Primes	Actions d'auto- contrôle	Réserves	Produits et charges directement en capitaux propres	Capitaux propres part du groupe	Intérêts minoritaires	Capitaux propres de l'ensemble consolidé
SOLDE AU 31 DECEMBRE 2008	42,7	2,8	(0,4)	1 336,8	(5,0)	1 376,9	-	1 376,9
Augmentation de capital (exercice de stock-options)	-	-	-	-	-	-	-	-
Paievements fondés sur des actions	-	-	-	0,6	-	0,6	-	0,6
Rachat d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Annulation d'actions propres	-	-	-	-	-	-	-	-
Dividendes versés	-	-	-	(100,3)	-	(100,3)	-	(100,3)
Autres opérations avec les actionnaires	-	-	-	-	-	-	-	-
Résultat net consolidé (part du groupe)	-	-	-	49,1	-	49,1	-	49,1
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres	-	-	-	-	1,5	1,5	-	1,5
SOLDE AU 30 JUIN 2009	42,7	2,8	(0,4)	1 286,2	(3,5)	1 327,8	-	1 327,8

TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES

(en millions d'euros)	1er semestre 2010	1er semestre 2009	Exercice 2009
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)	73,9	49,1	114,5
Dotations nettes aux amortissements et aux provisions (hors actif circulant)	39,9	53,8	103,1
<i>Immobilisations incorporelles et goodwill</i>	25,3	40,2	79,2
<i>Immobilisations corporelles</i>	13,1	12,8	26,7
<i>Immobilisations financières</i>	-	(0,1)	6,8
<i>Provisions non courantes</i>	1,5	0,9	(9,6)
Autres produits et charges sans incidence sur la trésorerie	(6,9)	(6,4)	(18,5)
Variations de juste valeur	(8,8)	(18,2)	(36,6)
Paievements fondés sur des actions	0,7	0,6	1,4
Résultat de cessions d'actifs	(0,1)	(1,9)	0,3
Quote-part dans les résultats des entreprises associées et dividendes	(6,8)	(7,4)	(14,6)
Produits de dividendes (titres non consolidés)	(0,1)	-	(1,4)
Sous-total	91,8	69,6	148,2
Coût de l'endettement financier net	10,4	9,8	22,3
Charge d'impôt (y compris impôts différés)	30,3	5,6	15,3
Capacité d'autofinancement	132,5	85,0	185,8
Impôts versés (-) / remboursés (+)	3,0	38,5	32,3
Variation du BFR lié à l'activité	(3,2)	(81,1)	23,8
Flux nets de trésorerie générés par l'activité	132,3	42,4	241,9
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(19,9)	(60,6)	(98,3)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	0,4	2,9	4,0
Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières	(199,0)	0,9	(5,7)
Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières	-	1,3	747,9
Incidence des variations de périmètre	(4,7)	(3,3)	(7,0)
Dividendes reçus	0,1	-	1,4
Variation des prêts et avances consentis	0,4	7,6	12,5
Flux nets de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(222,7)	(51,2)	654,8
Sommes reçues lors de l'exercice de stock-options	-	-	-
Rachats et reventes d'actions propres	-	-	-
Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(91,8)	(100,3)	(100,3)
Encaissements liés aux nouveaux emprunts	21,6	105,2	-
Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location-financement)	(0,3)	(0,6)	(198,5)
Intérêts financiers nets versés (y compris contrats de location-financement)	9,5	(2,4)	(26,9)
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	(61,0)	1,9	(325,7)
VARIATION DE LA TRESORERIE SUR ACTIVITES POURSUIVIES	(151,4)	(6,9)	571,0
Trésorerie au début de l'exercice	566,8	(4,2)	(4,2)
Variation de la trésorerie	(151,4)	(6,9)	571,0
Trésorerie à la clôture de l'exercice	415,4	(11,1)	566,8

NOTES ANNEXES AUX ETATS FINANCIERS CONSOLIDES

1. Faits marquants

1.1. Projet d'acquisition TMC et NT1

Depuis 2007, le groupe TF1 détenait 33,5 % du capital de Groupe AB, lui-même détenteur notamment de 40 % du capital de TMC et de 100 % du capital de NT1.

Le 11 juin 2010, TF1 et Groupe AB ont finalisé la mise en œuvre du protocole signé le 10 juin 2009, au titre duquel TF1 a acquis la quote-part restante de 66,5 % détenue par les autres actionnaires de Groupe AB dans les 40 % du capital de TMC et les 100 % du capital de NT1 détenus par Groupe AB, pour un montant global de 198 millions d'euros, ce montant comprenant un complément de prix provisoire de 6 millions d'euros en cours de revue.

Parallèlement, TF1 conserve une participation dans les autres activités de Groupe AB, identique à celle qu'elle détenait avant l'opération, soit 33,5 %. Cette participation fait l'objet d'une option d'achat consentie à l'équipe dirigeante de Groupe AB, exerçable à tout moment pendant deux ans à compter du 11 juin 2010, pour un prix de 155 millions d'euros.

Groupe AB ayant une organisation très intégrée, ces opérations ont nécessité une importante réorganisation opérationnelle, financière et juridique des activités des chaînes cédées, notamment en matière de gestion des droits audiovisuels. Du fait des restrictions d'accès aux informations détaillées relatives aux patrimoines des sociétés concernées, dont celles imposées par les procédures d'autorisation par l'Autorité de la Concurrence et d'agrément par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, ces travaux de réorganisation ont duré jusqu'à la date effective de cession.

Compte tenu de la proximité entre la date du « closing », le 11 juin 2010, et la date de l'arrêté comptable au 30 juin 2010, TF1 n'a pas pu mener à bien les diligences habituelles d'analyses des comptes des sociétés acquises en vue de leur intégration dans les états financiers consolidés. De plus, la mission d'évaluation des sociétés acquises, de leurs actifs et passifs, confiée à un cabinet indépendant, est en cours. Cette situation ne permet pas d'affecter le prix payé, de déterminer le goodwill des chaînes acquises, et d'effectuer la valorisation des quotes-parts antérieurement détenues, même à titre provisoire, dans les comptes arrêtés au 30 juin 2010.

Les entités TMC et NT1 seront consolidées à partir du 1^{er} juillet 2010, l'essentiel des travaux de détermination et d'affectation du prix d'acquisition, et notamment le calcul du goodwill et de la revalorisation des quotes-parts antérieurement détenues, devant être finalisés pour la clôture des comptes au 30 septembre 2010.

En conséquence, au 30 juin 2010, TF1 a présenté de manière provisoire les investissements réalisés comme suit.

La valeur comptable de la participation de TF1 dans Groupe AB, qui s'élevait à 264 millions d'euros avant acquisition complémentaire de juin 2010, a été ventilée entre les deux périmètres d'activités :

1- À hauteur de 155 millions d'euros, la participation conservée dans les activités de Groupe AB, hors TMC et NT1, est présentée au bilan en mise en équivalence pour la valeur correspondant au prix d'exercice de l'option d'achat consentie par TF1 ;

2- Le solde de 109 millions d'euros est présenté complété des sommes payées lors du « closing » pour 198 millions d'euros, en Actifs financiers non courants, soit un montant de 307 millions d'euros représentant l'investissement total réalisé pour acquérir 40% du capital de TMC et 100% du capital de NT1.

Les valeurs comptables des principaux postes du bilan des sociétés acquises se présentent ainsi :

(en millions d'euros au 31 mars 2010)	NT1	TMC (40%)	Total
Données non auditées			
Actifs non courants	8,4	0,4	8,8
Actifs courants	10,8	20,9	31,7
Droits audiovisuels (en stock)	-	8,8	8,8
Autres actifs courants	10,8	12,1	22,9
Dettes fournisseurs et assimilées	(11,4)	(21,6)	(33,0)
Dettes financières nettes	0,0	3,7	3,7
Situation nette	(7,8)	(3,4)	(11,2)

1.2. Acquisition de la participation détenue par Serendipity dans SPS

TF1 a conclu le 8 mars 2010 le rachat de 50 % du capital de SPS détenu par le fonds d'investissement Serendipity pour un montant de 6,4 millions d'euros, dont 1,7 millions d'euros en titres de participation et 4,7 millions au titre du rachat du compte courant. Au terme de cette opération, le groupe TF1 détient 100 % du capital de la société SPS.

Cette opération, traitée conformément à la norme IFRS 3 révisée – regroupements d'entreprises, a pour principales incidences la comptabilisation d'un goodwill en cours d'affectation pour un montant de 12,2 millions d'euros et la comptabilisation en autres produits opérationnels d'un produit de 6,1 millions d'euros au titre de la revalorisation de la quote-part antérieurement détenue.

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 2010 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 2009 tels qu'ils figurent dans le Document de référence 2009 déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 29 mars 2010 sous le numéro D.10-0182.

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 sont présentés en millions d'euros.

Ils ont été examinés par le Conseil d'Administration du 22 juillet 2010 et ont fait l'objet d'un examen limité par les Commissaires aux Comptes. Ces états financiers consolidés se lisent en complément du rapport de gestion du groupe TF1 pour le 1er semestre 2010.

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 2010

Pour l'établissement de ses états financiers condensés au 30 juin 2010, le groupe TF1 a appliqué les mêmes normes, interprétations et méthodes comptables que dans ses états financiers de l'exercice clos au 31 décembre 2009, ou, le cas échéant, les nouvelles normes applicables au 1^{er} janvier 2010 telles que définies dans le tableau ci-dessous.

Pour la clôture du 30 juin 2010, le groupe TF1 a décidé de ne pas appliquer les normes publiées par l'IASB, approuvées par l'Union Européenne et applicables par anticipation dès le 1er janvier 2010.

Norme		Date d'application		Incidences
		UE ⁽¹⁾	Groupe	
IAS 27 Révisée	États financiers consolidés et individuels	1 ^{er} juillet 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 32 Amendement	Classement des droits de souscription émis	23 décembre 2009	1 ^{er} février 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 39 Amendement	Instruments financiers – Éligibilité des instruments couverts	15 septembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IAS 39/ IFRIC 9 Amendement	Dérivés incorporés	27 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes

IFRS 1 Révisée	1ère adoption des IFRS	25 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 2 Amendement	Transactions intra-groupe fondées sur des actions et réglées en trésorerie	23 mars 2010	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 3 Révisée	Regroupements d'entreprises	1 ^{er} juillet 2009	1 ^{er} janvier 2010	Les effets d'IFRS 3 révisée sur les regroupements d'entreprises réalisés sur la période sont présentés en note 1 – faits marquants
IFRS 7 Amendement	Améliorations des informations sur les instruments financiers	27 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 12	Concessions	25 mars 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 16	Couvertures d'un investissement net dans une activité à l'étranger	4 juin 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 17	Distributions en nature aux actionnaires	26 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 18	Transferts d'actifs par des clients	27 novembre 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (sauf IFRS 5 et IFRS 1)		23 janvier 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS (uniquement IFRS 5 et IFRS 1)		23 janvier 2009	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
<i>(1) sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne</i>				

2.2.2. Normes, amendements et interprétations publiées par l'IASB mais non encore approuvés par l'Union Européenne

Norme	Date d'application IASB*	Impacts Groupe attendus	
IAS 24 révisée	Informations relatives aux parties liées	1 ^{er} janvier 2011	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Amendement	Exemptions additionnelles	1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 1 Amendement	Exemptions limitées	1 ^{er} juillet 2010	Sans incidence sur les comptes
IFRS 9	Instruments financiers	1 ^{er} janvier 2013	Non estimable à ce jour
IFRIC 14 Amendement	Paiements anticipés des exigences de financement minimal	1 ^{er} janvier 2011	Sans incidence sur les comptes
IFRIC 19	Extinction de passifs financiers au moyen d'instruments de capitaux propres	1 ^{er} juillet 2010	Sans incidence sur les comptes
Projet annuel d'améliorations des IFRS		1 ^{er} janvier 2010	Sans incidence sur les comptes
<i>* sauf précision contraire, applicable aux exercices ouverts à compter de la date indiquée dans cette colonne</i>			

2.3. Changements de méthode comptable

En 2010, le Groupe n'a pas procédé à des changements de méthodes comptables, en dehors des obligations IFRS présentées en note 2-2-1 applicables à compter du 1^{er} janvier 2010. Les incidences de la révision de la

norme IFRS 3 relative aux regroupements d'entreprises réalisés sur la période sont indiquées dans la note 1 - faits marquants.

2.4. Changements de présentation

Des changements de présentation ou des reclassifications sont effectués lorsqu'ils permettent de fournir des informations fiables et plus pertinentes pour les utilisateurs des états financiers et si la présentation modifiée est susceptible de perdurer, de manière à ne pas affecter la comparabilité. Lorsque de tels changements de présentation sont réalisés et que leurs impacts sur les états financiers sont jugés significatifs, les informations comparatives sont également modifiées.

A partir du 1^{er} janvier 2010, le Groupe a précisé la nature des reprises de provisions sur les programmes et droits de diffusion : les reprises de provisions concernant des programmes et droits de diffusion qui ont, à la date de clôture, fait l'objet d'une diffusion depuis le début de l'exercice, ou dont la cession est engagée ou réalisée, sont qualifiées de reprises de provisions non utilisées et présentées dans le compte de résultat sur la ligne « Autres produits opérationnels » et non plus au sein de la ligne « Dotations nettes aux provisions ». L'incidence de cette évolution sur les comptes annuels et intermédiaires 2009 n'a pas donné lieu à un retraitement des comptes de résultat publiés. Pour information, l'effet de ce reclassement aurait été de 1,8 millions d'euros au 31 mars 2009, de 5,5 millions d'euros au 30 juin 2009, de 8,2 millions d'euros au 30 septembre 2009 et de 16,3 millions d'euros au 31 décembre 2009.

2.5. 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 ;
- 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 2009 et aux arrêts intermédiaires 2009. A la date d'arrêt des comptes, la Direction considère que ces estimations intègrent au mieux les éléments d'information dont elle dispose.

2.6. Saisonnalité

Les recettes publicitaires durant les mois d'été sont traditionnellement plus faibles en volume que celles des autres mois de l'année.

3. Variations du périmètre de consolidation

Changement de méthode de consolidation de l'entité SPS

Suite à l'acquisition de 50 % du capital de SPS auprès du fonds d'investissement Serendipity (cf note 1 – faits marquants), le groupe TF1 a pris le contrôle de cette entité. Dans les comptes consolidés du 1^{er} semestre 2010, le changement de méthode de consolidation d'intégration proportionnelle à intégration globale a été réalisé en date d'effet 31 mars 2010.

4. Secteurs opérationnels

Les activités opérationnelles du Groupe sont organisées en domaines d'activité stratégiques et gérées suivant la nature des produits et services vendus dans les environnements économiques donnés. Cette segmentation en secteur d'activité sert de base à la présentation des données internes de gestion de l'entreprise et est utilisée par les décisionnaires opérationnels du Groupe dans leur suivi d'activité.

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'actif correspondants. Les ventes et transferts entre les secteurs sont réalisés aux conditions normales de marché.

Les secteurs opérationnels du Groupe sont les suivants :

Antennes France

Le secteur Antennes France regroupe l'antenne TF1, les activités associées ou dérivées considérées comme indissociables de l'antenne, ainsi que les autres diffuseurs de programmes de télévision gratuite ou payante émettant principalement sur le territoire français. Les activités indissociables de l'antenne incluent notamment la régie publicitaire du Groupe et les sociétés engagées dans la production ou la coproduction de programmes destinés exclusivement à l'antenne TF1 tel qu'Ushuaïa et TF1 Production.

Droits audiovisuels

Les filiales dont l'activité principale consiste à produire, éditer ou distribuer des droits audiovisuels non exclusivement destinés aux antennes du Groupe sont regroupées dans ce secteur. Les activités de production recouvrent les productions déléguées ou les coproductions d'œuvres cinématographiques. Les activités d'édition et de distribution regroupent tous les supports (CD, DVD,...) et tous les canaux (salles, chaînes de télévision, et tous circuits de distribution grand public).

Antennes internationales

Les antennes internationales correspondent aux filiales engagées dans la conception et la diffusion de programmes de télévision payante et qui émettent principalement en dehors du territoire français ainsi que dans l'activité de jeux et paris sportifs en ligne.

Activités diverses

Ce secteur regroupe toutes les activités ne répondant pas aux caractéristiques des secteurs tels que définis ci-dessus.

La contribution de chaque secteur opérationnel aux comptes du Groupe est détaillée ci-après :

	Antennes France		Droits audiovisuels		Antennes internationales		Activités diverses		Total TF1	
	2010.06	2009.06	2010.06	2009.06	2010.06	2009.06	2010.06	2009.06	2010.06	2009.06
<i>(en millions d'euros)</i>										
EXTRAIT DU COMPTE DE RESULTAT										
Chiffre d'affaires	1 043,4	913,0	60,0	68,9	181,2	147,3	-	0,9	1 284,6	1 130,1
Résultat opérationnel courant	83,2	32,2	(5,6)	(15,2)	26,8	22,3	-	(1,8)	104,4	37,5
Quote-part dans les résultats des entreprises associées ⁽¹⁾	7,1	7,8	-	-	-	-	(0,3)	(0,4)	6,8	7,4
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(1) La quote-part dans les résultats des entreprises associées est détaillée selon les secteurs de la manière suivante :

- secteur "Antennes France" : la quote-part de résultat revient principalement au Groupe AB ;
- secteur "Activités diverses" : la quote-part de résultat revient principalement à la société Metro France Publications.

Les actifs sectoriels au 30 juin 2010 ne présentent pas de variations significatives par rapport au 31 décembre 2009.

5. Participations dans les entreprises associées

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

(en millions d'euros)	Groupe AB ⁽¹⁾	WBTV	Metro France Publications	Autres ⁽³⁾	Total
Pays	France	Belgique	France	France	
31 décembre 2008	241,0	3,3	11,2	3,8	259,3
Quote-part de résultat	7,8	0,1	(0,4)	(0,1)	7,4
Dividendes versés	-	-	-	-	-
Variation de périmètre	-	-	-	-	-
30 juin 2009	248,8	3,4	10,8	3,7	266,7
31 décembre 2009	256,3	4,5	11,2	3,4	275,4
Quote-part de résultat	7,8	(0,7)	(0,3)	-	6,8
Dividendes versés	-	-	-	-	-
Variation de périmètre	-	-	-	-	-
Autres ⁽²⁾	(109,0)	-	-	-	(109,0)
30 juin 2010	155,1	3,8	10,9	3,4	173,2

(1) Compte tenu des calendriers de clôture des comptes du Groupe AB, la quote-part de résultat du Groupe AB retenue au 30 juin 2010 a été calculée sur la base des résultats des 4^{ème} trimestre 2009 et 1^{er} trimestre 2010.

(2) Quote-part TMC / NT1 dans la valeur comptable de Groupe AB reclassée provisoirement en actifs financiers non courants (cf note 1 – faits marquants et note 6 – actifs financiers non courants ci-après)

(3) En 2010, les autres entreprises associées sont JFG Networks et Sky Art Media. En 2009, les autres entreprises associées incluaient également Sailing One, dont les titres ont été cédés au cours du 3^{ème} trimestre 2009.

6. Actifs financiers non courants

La variation des actifs financiers non courants est due pour 307 millions d'euros à la comptabilisation au 30 juin 2010 de l'investissement réalisé dans TMC et NT1 (cf note 1 – faits marquants) se composant de :

- 109 millions d'euros issus du reclassement de la quote-part TMC / NT1 intégrée jusqu'au 11 juin 2010 dans la valeur comptable de Groupe AB mise en équivalence.
- 198 millions d'euros issu de l'investissement complémentaire réalisé le 11 juin 2010 auprès des autres actionnaires de Groupe AB.

7. Endettement financier net

La notion d'endettement financier net, telle que définie par le Groupe, peut être détaillée de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2010.06	2009.12
Trésorerie et équivalents de trésorerie	435,4	570,5
Actifs financiers de gestion de trésorerie	-	-
Trésorerie active (A)	435,4	570,5
Instruments financiers dérivés de taux actifs	-	8,9
Instruments financiers dérivés de taux passifs	(0,3)	(0,6)
Juste valeur des instruments dérivés de taux (B)	(0,3)	8,3
Emprunts long terme	10,4	0,5
Dettes financières à court terme	544,8	505,5
Endettement brut (C)	555,2	506,0
Endettement net du Groupe (C) – (B) – (A)	120,1	(72,8)

En novembre 2003, TF1 a émis un emprunt obligataire portant sur un montant de 500 millions d'euros remboursable au pair in fine dans 7 ans (2010). Son coupon s'élève à 4,375%.

Au 30 juin 2010, TF1 dispose :

- d'un emprunt obligataire de 500 millions d'euros à échéance novembre 2010 ;
- d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 155,5 millions d'euros dont les dates d'échéance sont comprises entre un et cinq ans. Adossée à son encours de lignes bancaires confirmées, TF1 dispose également d'une convention de trésorerie avec le Groupe Bouygues. Au 30 juin 2010, celle-ci n'est pas utilisée comme moyen de financement, mais comme moyen de placement à hauteur de 302,2 millions d'euros ;

- d'un encours résiduel de crédit-bail lié à la mise en place de matériels techniques.

Le groupe TF1 utilise les différentes sources de financement à sa disposition : financements bancaires (lignes confirmées...) et financement de marché.

Concernant le remboursement de l'emprunt obligataire de novembre 2010, le niveau de trésorerie disponible ainsi que les lignes de financement confirmées mobilisables garantissent à ce jour la capacité du Groupe à faire face à cette échéance.

Au 30 juin 2010, le gearing du groupe TF1, soit le ratio entre la dette nette et les capitaux propres, est de 8,6 %. Au 31 décembre 2009, le groupe TF1 était en position de trésorerie nette positive.

8. Coût de l'endettement financier net

Le coût de l'endettement financier net au 30 juin 2010 s'analyse comme suit :

<i>(en millions d'euros)</i>	2010.06	2009.06
Produits d'intérêts	1,3	2,8
Variation de juste valeur de la part couverte de l'emprunt obligataire	-	-
Variation de juste valeur des dérivés de taux	0,3	4,5
Produits et revenus sur actifs financiers	-	-
Produits sur endettement financier	1,6	7,3
Charges d'intérêts sur dettes financières	(12,0)	(17,1)
Variation de juste valeur des dérivés de taux	-	-
Charges sur endettement financier	(12,0)	(17,1)
Coût endettement financier net	(10,4)	(9,8)

9. Définition de la trésorerie

La trésorerie, dont la variation est analysée dans le tableau de flux de trésorerie, intègre les concours bancaires courants et comptes courants de trésorerie passifs.

<i>(en millions d'euros)</i>	2010.06	2009.12
Trésorerie et équivalent de trésorerie au bilan	435,4	570,5
Compte courant de trésorerie passifs	(19,8)	(3,2)
Concours bancaires courants	(0,2)	(0,5)
Trésorerie de clôture du tableaux de flux	415,4	566,8

10. Dividendes distribués

Le tableau ci-dessous présente le montant du dividende par action versé par le Groupe le 3 mai 2010 au titre de l'exercice 2009, ainsi que le montant versé en 2009 au titre de l'exercice 2008.

	Versé en 2010	Versé en 2009
Dividende total (en millions d'euros)	91,8	100,3
Dividende par action ordinaire (en euros)	0,43	0,47

11. Événements postérieurs à la clôture

Il n'y a aucun événement significatif postérieur à la clôture à signaler.

Rapport des commissaires aux comptes sur l'information financière semestrielle 2010

Période du 1er janvier 2010 au 30 juin 2010

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par 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 S.A., relatifs à la période du 1er janvier 2010 au 30 juin 2010, 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. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

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.

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur les notes de l'annexe qui présentent le traitement comptable de l'acquisition de la participation complémentaire de TF1 dans les chaînes TMC et NT1 et l'incidence de l'entrée en vigueur des nouvelles normes IFRS au 1er janvier 2010 (notes 1 et 2).

II – Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité 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.

Les commissaires aux comptes
Paris La Défense et Courbevoie, le 22 juillet 2010

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

MAZARS

Eric Lefebvre
Associé

Gilles Rainaut
Associé

Télévision Française 1

Société anonyme au capital de 42 682 098,40 euros – R.C.S. Nanterre 326 300 159

1, quai du Point du Jour
92656 Boulogne Cedex – France
Tél : (33) 1 41 41 12 34
www.tf1.fr

Contacts :

Département Relations Investisseurs

Tél : 33 1 41 41 27 32

Fax : 33 1 41 41 29 10

Internet : <http://www.tf1finance.fr>

e-mail : comfi@tf1.fr