



COMMENTAIRES SUR L'EXERCICE 2020 **RFA**

5.1 FAITS MARQUANTS 2020	164	5.2 RESULTATS DES ACTIVITES	166
		5.2.1 Le Groupe	166
		5.2.2 Perspectives	171
		5.2.3 Événements survenus depuis la clôture de l'exercice	172
		5.2.4 Rôle de TF1 auprès de ses filiales et relations avec sa maison mère	172
		5.2.5 La société mère TF1	172
		5.2.6 Principales acquisitions et cessions	174

5.1 FAITS MARQUANTS 2020

JANVIER

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

FEVRIER

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

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

AVRIL

Dans le contexte du COVID-19, le groupe TF1 renonce à la distribution du dividende lors de l'Assemblée Générale du 17 avril 2020 ainsi qu'à ses deux objectifs pour l'année 2020 : un taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres et un coût des programmes à 985 millions d'euros.

Par ailleurs, le Groupe se mobilise pour soutenir les Français et mettre en lumière les héros du quotidien : ouverture des espaces publicitaires pour soutenir les grandes causes, déploiement d'un dispositif unique pour la Fondation Hôpitaux de Paris – Hôpitaux de France avec la production gracieuse par TF1 Factory d'un spot vidéo d'appel aux dons relayé massivement sur tous les supports, apport de réponses claires aux questions des Français.

Les marques d'Unify se mobilisent également pour accompagner les Français : Marmiton lance l'opération #ensembleencuisine, Doctissimo crée un *chat bot* et des Facebook *live* avec le docteur Gerald Kierzerk, aufeminin lance son concours d'écriture de nouvelles sur les bonheurs fondamentaux.

Le groupe TF1 lance une nouvelle offre de *podcasts*, accessible gratuitement sur l'ensemble des plateformes de diffusion (Apple Podcast, Google Podcast, Spotify, Deezer...). Cette nouvelle offre qui vient enrichir l'offre des *podcasts* du groupe TF1 (LCI, Studio71, MyLittle Paris...) se compose de 5 thématiques : *people*, aventure, musique, faits divers et histoire.

JUIN

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

JUILLET

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

D'autre part, le Groupe crée une nouvelle offre 4K afin de proposer à ses téléspectateurs la meilleure expérience de télévision. Celle-ci est disponible dans les offres Orange et Bouygues Telecom et inclut une programmation multigenre, allant des grandes affiches cinéma du dimanche soir au sport avec les matchs de l'Équipe de France de Football.

AOÛT

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

SEPTEMBRE

À la tête depuis le 22 février 1988 de l'édition de la mi-journée la plus regardée d'Europe, Jean-Pierre Pernaut a décidé de passer le témoin à la présentation du 13h à la fin de l'année, pour se consacrer à de nouveaux projets au sein de la rédaction. Il est remplacé, à partir du 4 janvier 2021, par la journaliste Marie-Sophie Lacarrau.

À compter du 1^{er} novembre, Didier Casas est nommé Secrétaire général du groupe TF1. Il succède à Jean-Michel Counillon et intègre le Comité Exécutif.

OCTOBRE

Les activités commerciales des différentes entités de Newen – Newen Distribution, TF1 Studio et Reel One – ont été rassemblées sous une nouvelle marque, Newen Connect. Avec un catalogue de plus de 5 500 heures de programmes audiovisuels et de 1 000 films, Newen Connect devient un acteur incontournable de la distribution, avec une offre diversifiée dans tous les genres et une capacité unique à répondre aux attentes de tous les partenaires locaux et globaux.

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



NOVEMBRE

Le groupe TF1 figure dans le TOP 10 du classement des entreprises les plus responsables de France, publié le jeudi 12 novembre dans le journal Le Point, d'après une étude de l'institut allemand Statista. Cette distinction vient reconnaître l'engagement très fort du groupe TF1 qui, depuis plus de 15 ans, mène une politique RSE active, contribuant ainsi au développement d'un marché de l'audiovisuel plus responsable.

De la même façon, le Groupe est très fier d'occuper, pour la 2^{ème} année consécutive, la 5^{ème} place du classement DJSI 2020 et d'être le seul Groupe français présent dans le TOP 5. Ce classement comprend 68 entreprises du secteur médias & divertissement, parmi lesquelles Lagardère, Publicis et Dentsu. Le Groupe est ainsi membre de l'index DJSI World et de l'index DJSI Europe.

DECEMBRE

Les groupes Orange et TF1 ont signé deux nouveaux accords qui renforcent leur partenariat historique. Le premier accord ouvre dès janvier 2021 la publicité segmentée sur les chaînes du groupe TF1 grâce à la TV d'Orange. Le second renouvelle à partir de septembre 2021 la distribution des services audiovisuels de TF1 sur la TV d'Orange, enrichie d'un service de *Replay premium* inédit, sans interruption publicitaire dans les programmes.

Lors d'un Climate Market Day organisé par le groupe Bouygues et ses métiers, le groupe TF1 a dévoilé sa stratégie Carbone (voir chapitre 4 du présent document).

5.2 RÉSULTATS DES ACTIVITÉS

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

5.2.1 LE GROUPE

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

CHIFFRES CONSOLIDÉS

(en millions d'euros)	2020	2019 ⁽¹⁾
Chiffre d'affaires consolidé	2 081,7	2 337,3
Chiffre d'affaires publicitaire Groupe	1 483,3	1 651,1
Chiffre d'affaires des autres activités	598,4	686,2
Résultat opérationnel courant	190,1	255,1
Résultat opérationnel	115,1⁽²⁾	255,1
Résultat net des activités poursuivies	55,3	154,8
Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et impôt	372,9	416,6
Bénéfice net des activités poursuivies par action (en €)	0,26	0,74
Bénéfice net des activités poursuivies dilué par action (en €)	0,26	0,74
Total capitaux propres part du Groupe	1 596,6	1 562,4
Trésorerie nette des activités poursuivies	(0,7)	(126,3)

(1) Les données historiques de 2019 sont ajustées. Voir note 4.1 des annexes aux comptes consolidés.

(2) Le résultat opérationnel à fin 2020 intègre l'impact de la dépréciation de la valeur d'actif du pôle Unify pour - 75 millions d'euros. Voir le communiqué de presse du 23 décembre 2020 : https://groupe-tf1.fr/sites/default/files/communiqués/cp_unify_vdef_0.pdf

Le chiffre d'affaires consolidé 2020 du groupe TF1 s'élève à 2 081,7 millions d'euros, en diminution de 255,6 millions d'euros, dans un contexte de crise sanitaire du COVID-19 où l'ensemble des activités du Groupe sont impactées.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 1 483,3 millions d'euros, en recul sur un an (- 10,2 %). Après un premier semestre impacté par les effets de la crise, le quatrième trimestre enregistre une hausse des recettes publicitaires de 22,6 millions d'euros (+ 4,5 %), par rapport à la même période de l'année dernière.

Le chiffre d'affaires des autres activités du Groupe s'élève à 598,4 millions d'euros, en baisse de 87,8 millions d'euros, lié principalement à l'arrêt des tournages en avril et mai, ainsi que l'annulation ou le report des spectacles, des tournées musicales et des sorties en salles.

COÛT DES PROGRAMMES

(en millions d'euros)	2020	2019
Total coût des programmes	(833,2)	(985,5)
Fictions/Téléfilms/Séries/Théâtre	(313,3)	(331,8)
Variétés/Jeux/Magazines	(215,2)	(271,4)
Films	(133,1)	(148,3)
Information (incluant LCI)	(130,2)	(134,7)
Sports	(29,4)	(87,4)
Jeunesse	(11,9)	(11,8)

COÛT DES PROGRAMMES VENTILÉ PAR NATURE DU COMPTE DE RÉSULTAT

(en millions d'euros)	2020	2019
Achats consommés et variation de stocks	(667,9)	(831,6)
Charges de personnel	(77,9)	(77,6)
Charges externes	(13,8)	(4,1)
Dotations nettes aux amortissements et provisions	(72,9)	(70,8)
Autres lignes du compte de résultat IFRS	(0,6)	(1,4)
Montant pris en compte dans le Résultat opérationnel courant	(833,2)	(985,5)

Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 833,2 millions d'euros, soit une économie de 152,3 millions d'euros.

Cette performance remarquable, démontrant la capacité d'adaptation du groupe, résulte à la fois de la baisse des prix unitaires des programmes diffusés, de l'optimisation dans la durée des émissions de flux ainsi que de la meilleure circulation des droits entre les chaînes. Ces économies ont été réalisées tout en maintenant une programmation de qualité, permettant des niveaux d'audience élevés. Elles ont permis d'absorber 100 % de la baisse des revenus publicitaires des Antennes.

AUTRES CHARGES, AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS

En 2020, les autres charges, amortissements et provisions sont en baisse de 38,3 millions d'euros, principalement en lien avec les économies dues à la crise, et la baisse de certaines taxes.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT

Le résultat opérationnel courant du Groupe s'élève à 190,1 millions d'euros, en retrait de 65,0 millions d'euros. Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 9,1 %, contre 10,9 % en 2019.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL

Le résultat opérationnel 2020 du Groupe s'établit à 115,1 millions d'euros. Il comprend la prise en compte de la dépréciation de la valeur d'actif du pôle Unify pour 75 millions d'euros.

RÉSULTAT NET

Le résultat net part du Groupe s'établit à 55,3 millions d'euros, en diminution de 99,5 millions d'euros.

STRUCTURE FINANCIÈRE

Au 31 décembre 2020, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 596,6 millions d'euros pour un total de bilan de 3 363,1 millions d'euros.

L'absence de versement de dividende et l'amélioration du BFR d'exploitation permettent au groupe TF1 d'afficher une dette nette de 0,7 million d'euros au 31 décembre 2020 (dette nette de 93,1 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives), contre une dette nette de 126,3 millions d'euros à fin décembre 2019 (dette nette de 225,8 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives).

Au 31 décembre 2020, TF1 dispose d'un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales de 1 040 millions d'euros, dont 170 millions d'euros pour le pôle Newen.

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

Au 31 décembre 2020, les tirages ont été réalisés à hauteur de 65 millions d'euros pour le pôle Newen.

RETOUR AUX ACTIONNAIRES

Afin de rémunérer les capitaux investis, le Conseil d'Administration propose à l'Assemblée Générale Mixte du 15 avril 2021 de verser un dividende de 0,45 euro par action.

Les dates de détachement, d'arrêté des positions et de paiement sont respectivement fixées aux 3 mai, 4 mai et 5 mai 2021.

CONTRIBUTIONS AU COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE PAR SECTEUR

(en millions d'euros)	T1 2020	T1 2019	T2 2020	T2 2019	T3 2020	T3 2019	T4 2020	T4 2019	FY 2020	FY 2019	Var.	Var. %
Chiffre d'affaires consolidé	493,9	553,7	389,6	591,5	477,9	469,4	720,3	722,7	2 081,7	2 337,3	(255,6)	- 10,9 %
Antennes	389,9	419,7	293,4	471,1	372,8	354,8	556,7	528,6	1 612,8	1 774,1	(161,3)	- 9,1 %
Dont publicité	341,7	375,7	244,4	415,8	328,4	303,4	500,4	472,6	1 414,9	1 567,4	(152,5)	- 9,7 %
Studios et Divertissements	68,5	93,5	63,3	75,3	67,8	76,5	109,6	144,7	309,2	389,9	(80,7)	- 20,7 %
Digital (Unify)	35,5	40,5	32,9	45,1	37,3	38,1	54,0	49,4	159,7	173,3	(13,6)	- 7,7 %
Résultat opérationnel courant	42,0	62,9	25,8	100,1	57,8	21,4	64,5	70,7	190,1	255,1	(65,0)	- 25,5 %
Antennes	43,8	49,9	32,1	92,6	51,7	14,1	35,4	28,9	163,0	185,5	(22,5)	- 12,1 %
Studios et Divertissements	2,1	13,1	(2,1)	4,2	7,2	7,7	23,9	32,9	31,1	57,9	(26,8)	- 46,3 %
Digital (Unify)	(3,9)	(0,1)	(4,2)	3,3	(1,1)	(0,4)	5,2	8,9	(4,0)	11,7	(15,7)	N/A
Coût des programmes	(199,1)	(222,1)	(139,7)	(224,1)	(183,0)	(213,5)	(311,4)	(325,8)	(833,2)	(985,5)	152,3	- 15,5 %

ANTENNES

ANTENNES EN CLAIR

Chiffre d'affaires

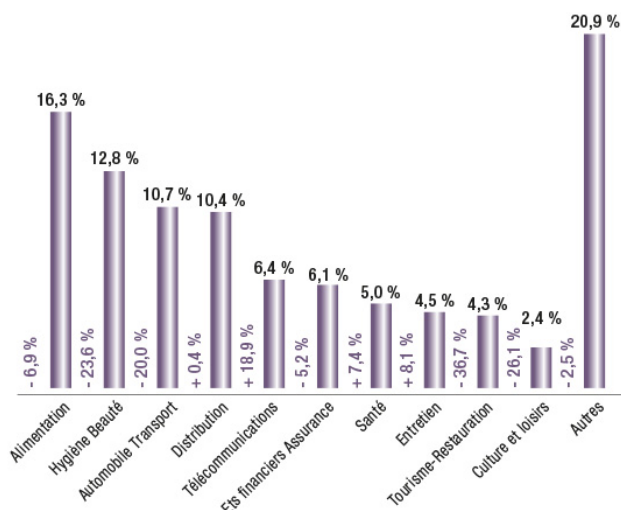
Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 1 612,8 millions d'euros, en retrait de 161,4 millions d'euros (- 9,1 %).

■ Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, en 2020, à 1 414,9 millions d'euros, en baisse de 152,5 millions d'euros. Après un premier semestre fortement marqué par la baisse des investissements publicitaires dans le contexte du COVID-19, le second semestre enregistre une hausse des recettes de 52,8 millions d'euros sur un an (+ 6,8 %), malgré une base de comparaison défavorable, avec la Coupe du Monde de Rugby en septembre et octobre 2019. Cette hausse illustre la reprise des investissements publicitaires dans plusieurs secteurs, notamment ceux de l'alimentation, la grande distribution, l'hygiène, l'e-commerce et les télécommunications. Au quatrième trimestre, les annonceurs ont bénéficié des hauts niveaux d'audience enregistrés jusqu'en décembre, par exemple lors de grands rendez-vous tels que l'élection de Miss France 2021, les NRJ Music Awards, ou encore le lancement réussi du nouveau feuilleton quotidien *Ici tout commence*. Seuls quelques secteurs, tels que les voyages, le tourisme et les cosmétiques, demeurent en retrait.

■ Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en léger retrait de - 8,9 millions d'euros sur un an, en lien principalement avec la baisse des investissements publicitaires constatée au premier semestre chez MYTF1. Elle est partiellement compensée par la hausse des revenus liés à l'interactivité.

Sur l'année 2020, les chaînes en clair du groupe TF1 voient leurs recettes brutes diminuer de 9,3 % par rapport à 2019.

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



Kantar Media, 2020 vs 2019.

Résultat opérationnel courant

Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 163,0 millions d'euros, en diminution de 22,5 millions d'euros sur un an. La marge opérationnelle courante atteint 10,1 %, contre 10,5 % en 2019.

Marché des chaînes en clair⁽¹⁾

L'année 2020 a été marquée par une hausse notable de la consommation de télévision, avec une durée d'écoute de 3 h 54 sur les Individus âgés de 4 ans et plus, soit + 24 minutes sur un an. Cette hausse concerne toutes les tranches d'âges et les deux modes de consommation, en *live* (+ 22 minutes) et en différé (+ 2 minutes). À titre d'illustration, sur la cible des Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans (FRDA<50), la durée d'écoute s'élève à 3 h 25, en hausse de 23 minutes, majoritairement sur le *live*. Chez les 15-34 ans, cette durée d'écoute quotidienne de la télévision est en hausse de 15 minutes, soit + 14 % par rapport à 2019.

La télévision se maintient comme média numéro 1 des Français en 2020, avec 44 millions de téléspectateurs par jour.

Cette hausse de la durée d'écoute s'explique aussi par l'intégration, depuis avril 2020, de la consommation hors domicile, tous supports confondus (écrans de télévision d'une résidence secondaire, d'un bar, du lieu de travail, d'une gare, ordinateur, *smartphone*, etc.) La consommation sur les autres écrans Internet au sein du domicile (ordinateurs, tablettes, *smartphones*, etc.) devrait être prise en compte par Médiamétrie courant 2022.

Audiences des chaînes en clair⁽²⁾

Au cours de cette année marquée par la crise du COVID-19 et le regain d'attrait pour le média télévisé, le groupe TF1 a su mobiliser de façon exceptionnelle ses antennes et adapter en permanence son offre de programmes, afin de délivrer aux Français la meilleure information, ainsi que des moments de divertissements et d'évasion familiaux. Les parts d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus sont en léger retrait, en lien principalement avec l'absence de compétitions sportives en 2020 par rapport à 2019. En revanche, la part d'audience du groupe chez les Individus âgés de 25 à 49 ans augmente de + 0,5 pt par rapport à 2019, soit un record depuis 6 ans.

Ces performances illustrent la capacité du Groupe à rassembler et à toucher une majorité de Français. Ainsi, près de 50 millions de téléspectateurs ont regardé les chaînes du groupe chaque semaine, en hausse de 4 millions par rapport à 2019.

TF1

En 2020, TF1 confirme sa place de première chaîne télévisée privée de France, avec une part d'audience de 19,2 % à fin décembre 2020 chez les Individus âgés de 4 ans et plus.

La chaîne détient 74 des 100 meilleures audiences de l'année chez les Individus âgés de 4 ans et plus et 92 des 100 meilleures audiences chez les FRDA<50.

En 2020, TF1 a capitalisé sur un public plus nombreux et plus jeune. Tout en menant une démarche d'adaptation des coûts, la chaîne s'est illustrée par une prise de risque gagnante et des programmes rassembleurs :

■ **Information** : L'année 2020 a été marquée par la crise du COVID-19 et un besoin important d'information, pour lequel les Français se sont massivement tournés vers TF1. En moyenne chaque jour, 6 millions de Français (42 % des parts d'audience chez les Individus âgés de 4 ans et plus) ont suivi le *Journal de 13h*, un record depuis 2013. Ce *leadership* se renforce puisque 3 millions de téléspectateurs séparent désormais le *JT de 13h* de TF1 de son principal concurrent. De même, ce sont en moyenne 6,5 millions de Français qui ont suivi chaque jour le *JT de 20h*.

■ **Divertissement** : En 2020, les grands divertissements familiaux ont permis à TF1 d'être la seule chaîne à placer ce type de programme dans le Top 100 des audiences, augmentant ainsi les parts d'audience sur *primes times*, notamment chez les 25-49 ans (+ 1 point). Ainsi, *Les Enfoirés* ont réuni 10 millions de téléspectateurs, soit 41 % des PdA sur les Individus âgés de 4 ans et plus et *l'élection de Miss France 2021*, 8,8 millions de téléspectateurs. Les deux saisons inédites de *Koh Lanta*, *L'île des héros* et *Les 4 Terres*, ont rassemblé chacune 6,8 et 6,1 millions de téléspectateurs pour 42 % de part d'audience sur les FRDA<50. Ce savoir-faire s'illustre aussi en journée, avec *Les 12 coups de midi*, qui réalise une année historique à 3,6 millions de téléspectateurs en moyenne et 34 % de PdA sur les Individus 4+.

Par ailleurs, la stratégie sur les divertissements s'est illustrée cette année par une politique de nouveautés porteuse avec *District Z* et *La Grande Incruste*, permettant de toucher un public large et rajeuni avec respectivement 5,7 et 5,4 millions de téléspectateurs pour leur lancement respectif, soit 47 % et 40 % de part d'audience sur les 25-49 ans.

■ **Fictions françaises** : La fiction française est plus que jamais au cœur du projet éditorial du Groupe. Cette année, *Pourquoi je vis* et *I love you* coiffure ont réalisé la meilleure performance sur FRDA<50 depuis 2006, avec 8,3 millions de téléspectateurs. Du côté des séries, *Les Bracelets Rouges* a rassemblé 6,4 millions de téléspectateurs par épisode, avec jusqu'à 22,4 % de PdA sur les Individus âgés de 4 ans et plus. Les feuilletons permettent aussi de fidéliser le public, comme l'illustre la performance de *Grand Hôtel* et ses 5,4 millions de téléspectateurs. Le 2 novembre, le nouveau feuilleton *Ici tout commence*, a été lancé. Il rassemble en moyenne 4 millions de téléspectateurs chaque soir, et 26 % de part d'audience sur les jeunes de 15 à 24 ans.

■ **Cinéma** : L'offre cinéma a été rythmée en 2020 par plus de 100 films en *prime time* (contre 66 en 2019) afin d'accompagner les Français dans les périodes de confinement. Ainsi, TF1 détient près de 90 % du Top 50 cinéma de l'année avec 43 des meilleures audiences cinéma de l'année. Parmi ces succès on retrouve les *Harry Potter* (jusqu'à 7,8 millions de téléspectateurs), *Le dîner de cons* (7,5 millions de téléspectateurs), ou encore *La Ch'tite famille* (7 millions de téléspectateurs).

■ **Séries étrangères** : Cette année, TF1 se distingue par les succès des séries étrangères *The Good Doctor* et *The Resident* (jusqu'à 5,8 millions de téléspectateurs) qui réalisent chacun 32 % de part d'audience chez les FRDA<50.

■ **Sport** : L'année 2020 a été marquée par l'arrêt de la plupart des compétitions sportives. La reprise suivant la période de confinement a tout de même permis de rassembler les Français autour de matchs forts tels que la demi-finale et la finale de la *Ligue des Champions*, qui ont réuni respectivement 6,7 millions et 11,4 millions de téléspectateurs.

Chaînes TNT

Sur l'année 2020, le pôle TNT du groupe TF1, constitué des chaînes TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI, accroît son *leadership*. Il rassemble 10,6 % de part d'audience sur les FRDA<50 (stable sur un an) et 9,8 % de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+ 0,2 point sur un an).

(1) Médiamétrie – Médiamat.

(2) Médiamétrie.

TMC

Pour la troisième année consécutive, TMC reste *leader* des chaînes de la TNT chez les Individus âgés de 4 ans et plus, avec une part d'audience à 3,0 %. Chez les FRDA<50 et les Individus âgés de 25 à 49 ans, cette part d'audience est de 4,2 %.

Cette performance est liée à :

- une année record pour *Quotidien* à 1,8 million de téléspectateurs en moyenne, dont 42 fois au-dessus des 2 millions au cours de l'année ;
- une offre cinéma premium (jusqu'à 1,8 million de téléspectateurs pour *Mais où est donc passée la 7^{ème} compagnie ?*) ;
- le succès des flux en *prime time* (jusqu'à 1,6 million pour *Burger Quiz* et 1,2 million pour le documentaire *Bohemian Rhapsody*).

TFX

La chaîne conserve, pour la troisième année consécutive, sa place de troisième chaîne de la TNT sur la cible des FRDA<50 (avec 3,3 % de part d'audience) et sa 3^{ème} place sur les jeunes âgés de 15 à 24 ans (avec 2,9 % de part d'audience) grâce :

- au cinéma, avec 7 films à plus de 1 million de téléspectateurs ;
- un access inédit à un bon niveau avec la nouveauté *Mamans et Célèbres* (*leader* FRDA 15-49 ans à 8 %), et *10 Couples Parfaits* ;
- des flux exclusifs performants tels que *Appels d'Urgences* (jusqu'à 0,9 million de téléspectateurs) ou encore *Cleaners* et *Tattoo Cover*.

TF1 Séries Films

La chaîne réalise un record historique sur le public féminin des FRDA 15-49 ans (2,7 % de part d'audience et *leader* TNT HD depuis septembre 2020) et les Individus âgés de 25 à 49 ans (2,2 % de part d'audience). La meilleure audience de la chaîne est réalisée par le film *L'Arme fatale 4* (1,2 million de téléspectateurs). De plus, les Fictions françaises, pilier de l'offre de la chaîne avec *Alice Nevers* ou *Section de Recherches* continuent de générer de fortes audiences avec près d'1 million de téléspectateurs.

LCI

LCI occupe la 3^{ème} place des chaînes d'information et enregistre des records historiques (1,2 % de part d'audience sur les 4+, 0,7 % de part d'audience sur les 25-49 ans et 1 % de part d'audience sur les CSP+).

La chaîne affiche également des records sur l'ensemble de ses émissions phare et se classe 1^{ère} chaîne d'information lors de grandes soirées de débat (Élections Municipales pour 1,9 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus, ou *La Grande Confrontation* avec Olivier Véran, réalisant 1,0 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus).

TF1 Publicité (Régie hors-Groupe)

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

TF1 Films Production⁽¹⁾

L'année 2020 a été marquée par la pandémie mondiale de COVID-19, qui a conduit à la fermeture des salles de cinéma à deux reprises pendant 162 jours au total. Sur l'ensemble de l'année 2020, la fréquentation totale des salles atteignait 65,1 millions d'entrées, soit 30 % de celle observée en 2019.

Les films français enregistrent un recul plus limité de leur fréquentation que les films américains (- 60,7 % contre - 76,7 %) ou que les films d'autres nationalités (- 69,4 %). Dans ce contexte particulier, les films français réalisent davantage d'entrées (29,2 millions) que les films américains (26,6 millions) ou les films d'autres nationalités (9,3 millions).

Au global, 4 films coproduits par TF1 Films Production ont été reportés sur 2021.

Sur 2020, la contribution de TF1 Films Production au chiffre d'affaires consolidé est en retrait par rapport à 2019, dû au recul du chiffre d'affaires salles.

TF1 Production

En raison de la crise épidémique, TF1 Production voit une perte d'activité sur un an, en lien avec les décalages de livraison d'une partie de ses magazines et le report, en 2021, des événements sportifs, ainsi que de l'émission *Ninja Warrior*.

En conséquence, le chiffre d'affaires et le résultat opérationnel de TF1 Production sont en baisse sur un an.

e-TF1

Le groupe TF1 a poursuivi en 2020 sa stratégie digitale en lien avec les Antennes du Groupe.

MYTF1 réalise une performance record sur l'année avec 2 milliards de vidéos vues, en croissance de + 10 % sur un an. TF1 détient 8 des 10 plus forts *replays* de l'année, dont les trois premiers : *Les bracelets rouges* (+ 1,2 million de téléspectateurs), *The Resident* (+ 1,15 million), et *Koh Lanta* (+ 1,1 million). Le chiffre d'affaires publicitaire de MYTF1 est en hausse au T4 2020.

Les revenus d'interactivité enregistrent également une augmentation au T4 2020.

En 2020, les revenus de e-TF1 sont en hausse par rapport à 2019, en lien avec l'augmentation des recettes d'interactivité. Le résultat opérationnel demeure en retrait par rapport à 2019.

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

En 2020, les trois chaînes thématiques poursuivent leur progression avec :

- TV Breizh qui confirme sa position de numéro 1 des chaînes thématiques pour la 7^{ème} fois consécutive avec 0,7 % de part d'audience et atteint son record d'audience historique sur les 4+ (+ 11 % en 1 an) ;
- Histoire TV qui affirme son *leadership* en termes d'audience sur la thématique Histoire, notamment grâce à un renforcement de la programmation autour de cycles thématiques tels que les élections américaines en novembre ou l'esclavage en décembre ;
- Ushuaïa TV qui maintient sa place de deuxième chaîne de l'univers Découverte avec 3,8 millions de visiteurs touchés chaque mois. La chaîne s'engage dans la démarche RSE du Groupe, comme l'illustre le lancement sur la chaîne TF1 du magazine *Ushuaïa « En Terre ferme »*, qui a pour concept la protection de l'environnement.

Les trois chaînes thématiques bénéficient également de leur arrivée sur SALTO depuis le 20 octobre 2020.

Sur l'année 2020, le résultat opérationnel courant ainsi que le chiffre d'affaires sont en recul pour deux des trois chaînes, en raison de la renégociation du contrat de distribution avec Canal+ et de l'impact de la crise sanitaire.

(1) CBO Box Office.

STUDIOS ET DIVERTISSEMENTS

STUDIOS

Newen

Après un premier semestre fortement impacté par l'arrêt des tournages, Newen a été l'un des premiers producteurs à reprendre l'activité de production dès mi-mai. Les studios étrangers tels que Reel One (Canada), Tuvalu (Pays-Bas) et De Mensen (Belgique) ont également retrouvé un niveau d'activité normatif.

Le lancement réussi du nouveau feuilleton Ici tout commence a confirmé le savoir-faire de Newen dans la production de quotidiennes. D'autre part, son activité s'est renforcée à l'international, avec la création de Ringside Studios au Royaume-Uni. Newen a également développé des partenariats avec les plateformes de SVOD, qui s'exportent dans plusieurs pays. Newen bénéficie d'une forte visibilité, avec un carnet de commandes à plus de 1 600 heures.

TF1 Studio

L'année 2020 a été marquée par la pandémie mondiale de COVID-19, obligeant les salles de cinéma à fermer pendant un total de 162 jours. TF1 Studio a, de ce fait, remanié son *line-up* et a pu mettre en salle 5 films en 2020 contre 10 l'année dernière.

Malgré une performance des ventes TV et SVOD supérieure à 2019, le chiffre d'affaires global de TF1 Studio est en retrait sur l'année, en lien avec l'impact de la crise du COVID-19.

DIVERTISSEMENTS

TF1 Entertainment

Le chiffre d'affaires de TF1 Entertainment a été impacté par la crise du COVID-19, avec :

- TF1 Musique Spectacle et Play 2 : baisse du chiffre d'affaires, en lien avec le report de projets et spectacles musicaux ;
- La Seine Musicale : arrêt de l'activité depuis la mi-mars ;
- Games/Dujardin : légère baisse du chiffre d'affaires, en partie compensée par la progression de jeux classiques tels que le *Mille Bornes*.
 - Cependant, la filiale a su optimiser ses coûts afin de maintenir un résultat opérationnel courant positif sur l'année 2020.

5.2.2 PERSPECTIVES

Les résultats annuels de 2020 démontrent la capacité d'adaptation des Antennes du groupe TF1. En 2021, le Groupe bénéficiera d'une programmation forte et variée (Je te promets, l'Euro 2021, La Promesse...). Dans un environnement sanitaire et macroéconomique qui reste incertain, il s'appuiera sur sa capacité d'adaptation pour gérer au mieux les éventuels effets des variations conjoncturelles.

S'agissant du pôle Studios & Divertissement, le développement à l'international dans la production permettra à ce pôle de réaliser en 2021 une part significative de son chiffre d'affaires hors de France, ainsi que d'accroître son carnet de commandes avec les plateformes *pure*

DIGITAL (UNIFY)

Les revenus du pôle Digital (Unify) s'établissent à 159,7 millions d'euros, en recul de 13,4 millions d'euros sur un an.

Après un premier semestre très impacté par la crise liée au COVID-19, les investissements publicitaires (direct média et programmation) sont revenus progressivement à partir du troisième trimestre. L'année 2020 enregistre une hausse de la fréquentation des sites Web, avec un trafic d'audience multiplié par 3 pour Marmiton et par 2 pour aufeminin.

Les activités de services aux annonceurs ont repris au quatrième trimestre, leur permettant d'enregistrer une activité en croissance par rapport à celui du T4 2019.

L'activité d'e-commerce communautaire a été résiliente face à la crise, avec un chiffre d'affaires stable sur un an, porté notamment par la hausse des livraisons de My Little Box et Gambettes Box.

Ce regain d'activité en fin d'année a permis à Unify d'enregistrer un chiffre d'affaires au quatrième trimestre en hausse de 9 %.

La réorganisation du pôle s'est poursuivie en 2020, avec la mise en place d'une nouvelle gouvernance, le déploiement de nouveaux outils ainsi que l'arbitrage d'actifs, lui permettant de se développer et de retrouver à terme de meilleurs niveaux de performance.

Le résultat opérationnel courant s'élève à - 4,0 millions d'euros, en diminution de 15,7 millions d'euros, en lien avec le recul de l'activité, principalement au premier semestre.

players. Par ailleurs, l'année 2021 devrait être marquée par la reprise progressive des activités de spectacle et de musique.

Concernant le pôle Unify, les objectifs de recentrage, de renforcement des marques et de développement des synergies, lui permettront d'accroître son activité et atteindre une marge opérationnelle courante positive en 2021.

Le Groupe s'inscrit dans une dynamique de croissance pérenne avec des opportunités, tant en contenus qu'en digital, qui lui permettront de se positionner comme un acteur incontournable de l'offre « Total Video ».

5.2.3 ÉVÉNEMENTS SURVENUS DEPUIS LA CLOTURE DE L'EXERCICE

Le groupe Newen a annoncé, mi-janvier, la création de Newen France afin de poursuivre le développement de la société en France et à l'international. Newen France regroupe désormais Telfrance, CAPA et 17 juin, sous l'autorité de Romain Bessi, Directeur général délégué groupe. D'autre part, Philippe Levasseur, Directeur général de CAPA Presse, est nommé Directeur de l'international. Il coordonnera et

accompagnera les activités des filiales étrangères du groupe avec pour missions principales de faciliter et encourager leur développement, et les synergies. Le 11 février 2021, le groupe TF1 a annoncé avoir entamé des discussions exclusives avec Jumbodis et en vue de céder TF1 Games et Dujardin, les principaux éditeurs de jouets et de jeux en France⁽¹⁾.

5.2.4 RÔLE DE TF1 AUPRÈS DE SES FILIALES ET RELATIONS AVEC SA MAISON MÈRE

Le groupe TF1 est composé d'environ 150 filiales opérationnelles détenues directement ou indirectement (voir organigramme du Groupe au chapitre 1.2 du présent document) et situées principalement en France.

TF1 a pour rôle de définir, en amont, les principales orientations stratégiques de son Groupe. Elle assure un rôle d'animateur des différentes structures, notamment au travers de la recherche de synergies et d'harmonisation des procédures.

Elle assure également pour ses filiales des fonctions de supports dans les domaines du *management*, des ressources humaines, du conseil,

de la finance, du juridique, etc. Ces prestations font l'objet d'une facturation par TF1 aux filiales concernées.

Sur les prestations de services assurées par Bouygues au profit de TF1, se reporter aux conventions réglementées au chapitre 8.2 du présent document et au rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées au chapitre 3.3 du présent document.

D'un point de vue financier, TF1 vérifie le niveau de capitalisation de ses filiales. Le service Trésorerie gère et consolide la trésorerie et le financement de l'ensemble des entités contrôlées du Groupe, et supervise la gestion de trésorerie et de financement des autres filiales.

5.2.5 LA SOCIÉTÉ MÈRE TF1

RÉSULTATS DE TF1 SA

En 2020, TF1 SA a réalisé un chiffre d'affaires de 1 060,9 millions d'euros (- 9,4 % vs 2019), dont 998,4 millions d'euros au titre des recettes publicitaires (- 10,6 % vs 2019). Le résultat d'exploitation atteint 96,6 millions d'euros, en augmentation de 47,3 millions d'euros par rapport à l'année 2019. Le résultat financier affiche une perte de 300,0 millions d'euros (contre une perte de 16,6 millions d'euros en 2019). Le résultat net de l'exercice affiche une perte de 206,5 millions d'euros (contre un bénéfice de 18,3 millions d'euros en 2019).

Les dépenses visées par l'article 39-4 du Code Général des Impôts s'élèvent pour l'exercice 2020 à 277 308 euros. L'impôt supporté en raison desdites dépenses s'élève à 88 802 euros. Ces dépenses non admises en charges déductibles pour la détermination de l'impôt sur les sociétés seront soumises à l'approbation de l'Assemblée Générale conformément à l'article 223 *quater* du Code Général des Impôts (CGI).

AFFECTATION ET RÉPARTITION DES RÉSULTATS DE TF1 SA

Dans les résolutions qui sont soumises à votre approbation, nous vous demandons d'approuver les comptes sociaux et consolidés de l'exercice 2020.

Après avoir constaté l'existence d'un bénéfice distribuable de 362 768 680,52 euros, compte tenu de la perte nette de l'exercice de

206 544 525,47 euros et du report à nouveau bénéficiaire de 569 313 205,99 euros, nous vous demandons de décider l'affectation et la répartition suivantes proposées par le Conseil d'Administration :

- distribution en numéraire d'un dividende de 94 676 845,95 euros (soit un dividende de 0,45 euro par action de 0,20 euro de valeur nominale) ;
- affectation du solde au report à nouveau de 268 091 834,57 euros.

La date de détachement du dividende sur le marché Euronext Paris est fixée au 3 mai 2021. La date à l'issue de laquelle seront arrêtées les positions qui, après dénouement, bénéficieront de la mise en paiement est fixée au 4 mai 2021. La date de mise en paiement du dividende est fixée au 5 mai 2021.

L'intégralité de cette distribution est éligible à l'abattement de 40 % mentionné au 2° du 3 de l'article 158 du Code Général des Impôts en cas d'option pour une imposition selon le barème progressif de l'impôt sur le revenu.

Nous vous demandons d'autoriser à porter au compte report à nouveau le montant des dividendes afférents aux actions que TF1 pourrait détenir pour son propre compte, conformément aux dispositions de l'article L. 225-210 du code de commerce.

Nous vous rappelons le montant des dividendes mis en distribution au titre des trois exercices précédents, à savoir :

	2017	2018	2019
Nombre d'actions	209 865 742	209 928 940	210 242 074
Dividende unitaire	0,35 €	0,40 €	0 €
Dividende total ⁽¹⁾⁽²⁾	73 453 009,70 €	83 971 576,00 €	0 €

(1) Dividendes effectivement versés, déduction faite le cas échéant des actions détenues par TF1 n'ouvrant pas droit à distribution.

(2) Dividendes éligibles à l'abattement de 40 % prévu à l'article 158.3.2° du Code Général des Impôts.

(1) Voir communiqué de presse du 11/02/21 : https://groupe-tf1.fr/sites/default/files/communiqués/communiqué_de_presse_tf1_games.pdf

RÉSULTATS FINANCIERS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

Nature des indications	2016	2017	2018	2019	2020
I – Situation financière en fin d'exercice					
a) Capital social	41 883 508	41 973 148	41 985 788	42 048 415	42 078 598
b) Nombre d'actions émises	209 417 542	209 865 742	209 928 940	210 242 074	210 392 991
c) Nombre d'obligations convertibles en actions					
II – Résultat global des opérations effectives					
a) Chiffre d'Affaires hors taxes	1 200 853 185	1 168 507 814	1 198 717 225	1 170 945 915	1 060 936 664
b) Bénéfice avant impôt, participation des salariés amortissements et provisions	35 520 973	145 811 250	145 001 875	127 846 591	165 696 197
c) Impôt sur les bénéfices	(22 779 807)	(1 905 992)	8 373 401	13 324 906	(4 067 549)
d) Participation des salariés	0	0	0	0	0
e) Bénéfice après impôts, participation des salariés amortissements et provisions	131 489 002	131 630 700	91 702 495	18 290 036	(206 544 525)
f) Montant des bénéfices distribués	58 636 912	73 453 010	83 971 576	0	94 676 845
III – Résultat des opérations réduit à une seule action					
a) Bénéfice après impôt et participation des salariés, mais avant amortissements et provisions	0,28	0,70	0,65	0,54	0,81
b) Bénéfice après impôt, amortissements et provisions	0,63	0,63	0,44	0,09	(0,98)
c) Dividende versé à chaque action	0,28	0,35	0,40	0,00	0,45 ⁽¹⁾
IV – Personnel					
a) Nombre de salariés ⁽²⁾	1 682	1 589	1 608	1 465	1 442
b) Montant de la masse salariale ⁽³⁾	146 120 423	143 979 806	129 363 942	121 424 785	130 986 932
c) Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux ⁽³⁾	61 238 030	62 439 755	53 469 546	54 387 824	53 127 410

(1) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte du 15 Avril 2021.

(2) Effectif moyen de l'exercice (hors stagiaires).

(3) Y compris charges à payer.

**INFORMATIONS RELATIVES AUX DÉLAIS DE PAIEMENT DES FOURNISSEURS
ET DES CLIENTS MENTIONNÉS A L'ARTICLE D. 441-4 DU CODE DE COMMERCE****DÉLAIS DE PAIEMENT DES CLIENTS**

	Article D. 441 I. - 2 : Factures <i>émises</i> non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
	0 jour (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement						
Nombre de factures concernées	954					64
Montant total des factures concernées (HT)	184 696 428,53	372,00	249 159,17	224 792,10	370 540,01	844 863,28
Total du chiffre d'affaires de l'exercice (HT)			1 060 936 664,48			
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice (HT)	17,41 %	0,00 %	0,02 %	0,02 %	0,03 %	0,08 %

(B) Factures exclues du (A) relatives à des créances litigieuses ou non comptabilisées

Nombre des factures exclues				1		
Montant total des factures exclues (HT)				85 400		

(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal – article L. 441-6 ou article L. 443-1 du Code de Commerce)

Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement

Délais contractuels : 30 jours fin de mois - 45 jours fin de mois

DÉLAIS DE PAIEMENT DES FOURNISSEURS

	Article D. 441 I. - 1 : Factures <i>reçues</i> non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu					
	0 jour (indicatif)	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement						
Nombre de factures concernées	1 478					46
Montant total des factures concernées (HT)	114 589 704,20	70 421,18	22 581,58	158 966,00	53 768,35	305 737,11
Total des achats de l'exercice (HT)			815 249 324,71			
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice (HT)	14,06 %	0,01 %	0,00 %	0,02 %	0,01 %	0,04 %

(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes litigieuses ou non comptabilisées

Nombre des factures exclues				4		
Montant total des factures exclues (HT)				18 222,67		

(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal – article L. 441-6 ou article L. 443-1 du Code de Commerce)

Délais de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement

Délais de règlement contractuel majoritaire : fin de mois + 45 jours

5.2.6 PRINCIPALES ACQUISITIONS ET CESSIONS

Ces éléments sont présentés au point 3 dans les notes annexes aux comptes consolidés du présent document.