

Le 13 décembre 2012



TF1 et Discovery Communications poursuivent leurs négociations exclusives

Le Conseil d'administration de TF1, réuni le 12 décembre 2012, a donné mandat à Nonce Paolini pour poursuivre et finaliser les négociations exclusives avec Discovery Communications, premier groupe média au monde dans le domaine de l'édition de documentaires, reportages et magazines, conformément à l'annonce du 13 novembre dernier. Ces négociations ont pour but de nouer une alliance stratégique visant à créer de la valeur dans les nombreuses activités complémentaires des deux sociétés, dans trois domaines clés :

Développement des activités futures d'Eurosport

Un rapprochement entre Eurosport, seule chaîne de sport pan-européenne et Discovery Communications, dont les chaînes sont distribuées auprès de 1,8 milliard d'abonnés dans 217 pays, permettrait de créer, notamment au niveau européen, des synergies et des complémentarités en matière de contenus (sport, divertissement, documentaire...), ainsi que des opportunités de développement (expansion géographique, lancement de nouveaux produits, déploiement des activités digitales...).

Dans cette perspective, Discovery pourrait prendre une participation minoritaire de 20 % dans le groupe Eurosport (Eurosport international et Eurosport France).

La transaction relative à cette prise de participation de 20 % serait réalisée pour un montant d'environ 170 millions d'euros (221,6 millions de dollars) en numéraire.

Discovery aurait également la possibilité, au travers d'une option qui lui est consentie, de porter dans deux ans sa participation à 51 %. Si Discovery exerçait son option, TF1 aurait la possibilité d'exercer son option de vente sur ses 49 % restants, ce qui porterait la participation de Discovery à 100 %.

Développement des activités d'édition de chaînes payantes sur le territoire français

Ce partenariat aurait également pour ambition de développer l'édition de chaînes de documentaires, magazines et reportages afin de constituer, à destination des distributeurs français, une offre de chaînes thématiques de référence, autour du portefeuille de contenus et de marques détenus par les deux groupes.

Discovery deviendrait ainsi actionnaire des chaînes TV Breizh, Histoire, Ushuaïa TV et Stylía, à hauteur de 20 % du capital de chacune, avec la possibilité de porter dans deux ans sa participation à 49 %.

La transaction relative à cette prise de participation de 20 % serait réalisée pour un montant d'environ 14 millions d'euros (18,2 millions de dollars) en numéraire.

Développement des activités de production en France au travers de TF1 Production

Dans le domaine de la production de magazines et documentaires, le partenariat envisagé aurait vocation à permettre la production de programmes de dimension internationale, à travers TF1 Production.

L'accord devrait être signé dans les prochaines semaines, après consultation des instances représentatives du personnel concernées.

Discovery Communications (Nasdaq : DISCA, DISCB, DISCK) est le premier groupe média au monde dans le domaine de l'édition de documentaires, reportages et magazines, avec plus de 1,8 milliard d'abonnés dans 217 pays. La vocation de Discovery est de satisfaire la curiosité, à travers 153 chaînes de télévision dans le monde, avec, en tête Discovery Channel, TLC, Animal Planet, Discovery Science et Investigation Discovery, ainsi que les joint-ventures suivantes, opérées aux Etats-Unis : OWN (Oprah Winfrey Network), The Hub et 3net, la première chaîne 3D diffusée 24/24. Discovery est également un des principaux fournisseurs de produits et services éducatifs dans les écoles. Le groupe détient et exploite un portefeuille diversifié dans le domaine des médias digitaux, y compris Revision3.

Discovery Networks International distribue 26 marques internationales, avec plus de 1,3 milliard d'abonnés et une programmation disponible en 45 langues.

Plus d'information disponible sur le site www.discoverycommunications.com

TF1 (NYSE Euronext Paris : FR0000054900 / TF1) est un groupe de communication intégré qui a développé des activités sur des segments porteurs. Le Groupe a pour vocation d'informer et de divertir. Le Groupe est présent sur la télévision gratuite avec TF1, la chaîne de l'événement, leader en France, TMC, première chaîne de la TNT et cinquième chaîne nationale, NT1 et HD1. Le Groupe est également présent dans le domaine de la télévision payante avec Eurosport, première plate-forme paneuropéenne distribuée auprès de 130 millions de foyers en Europe, TV Breizh, première chaîne du câble/satellite, Ushuaïa TV, Histoire, Styliá et LCI.

Les métiers du groupe TF1 couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur audiovisuelle. TF1 a également créé une large palette de produits dérivés de l'Antenne. À la faveur du développement de l'Internet et des nouvelles technologies, TF1 produit, développe et édite des nouveaux contenus et services complémentaires interactifs à destination de l'Internet, des smartphones et tablettes électroniques, de la télévision connectée.

Plus d'information disponible sur le site www.groupe-tf1.fr

Eurosport est la première plate-forme multimédia paneuropéenne. La chaîne Eurosport est distribuée auprès de 130 millions de foyers, dans 59 pays et se décline en 20 versions linguistiques.

En 2011, Eurosport international a réalisé un chiffre d'affaires de 368 millions d'euros, pour un résultat opérationnel de 65 millions d'euros.

La contribution d'Eurosport France au résultat opérationnel du Groupe était de 4 millions d'euros en 2011.

TV Breizh est la chaîne leader de l'offre payante en France, avec 1,3 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus⁽¹⁾. **Histoire**, **Ushuaïa TV** et **Styliá** réalisent respectivement 0,2 %, 0,1 % et moins de 0,1 % de part d'audience⁽¹⁾.

TF1 Production est un des principaux producteurs de programmes audiovisuels français. Filiale à 100 % de TF1, elle a pour mission de concevoir et produire des programmes de tous genres, toutes durées, tous supports (magazines, documentaires, divertissements et télé-réalité, fictions, formats courts) destinés à alimenter les antennes du Groupe TF1 comme les clients extérieurs. En 2011, TF1 Production a proposé plus de 279 heures de programmes sur TF1 et plus de 153 heures sur TMC et NT1.

⁽¹⁾ Source : part d'audience auprès des individus de 4 ans et plus abonnés à une offre payante, MédiamatThématic (vague 23-janvier 2012 – juin 2012).

CONTACTS

DISCOVERY COMMUNICATIONS

Communication Corporate : michelle_russo@discovery.com
elizabeth_hillman@discovery.com
Relations Investisseurs : craig_felenstein@discovery.com

TF1

Communication Corporate : vduval@tf1.fr
Relations Investisseurs : comfi@tf1.fr