

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 25 juillet 2018

### RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2018 DU GROUPE TF1

**Une part d'audience Groupe sur cibles<sup>1</sup> stabilisée à 32,5%**

**Un chiffre d'affaires en croissance de 3,9%<sup>2</sup>**

**Un taux de marge opérationnelle courante de 9,3%<sup>3</sup>**

**Succès d'audience pour la Coupe du Monde : 9 millions de téléspectateurs par match<sup>4</sup>**

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 24 juillet 2018 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du premier semestre 2018.

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 entrée en vigueur à compter du deuxième trimestre 2018 et selon les normes IFRS 9 et IFRS 15 applicables depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018. Les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels publiées et retraitées sont disponibles dans le rapport sur l'information financière du premier semestre 2018, ainsi que sur le site du groupe TF1 : [www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr).

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T1 2018	T1 2017	T2 2018	T2 2017	S1 2018	S1 2017	Var. M€	Var. %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>499,3</b>	<b>503,4</b>	<b>584,3</b>	<b>539,4</b>	<b>1 083,6</b>	<b>1 042,8</b>	<b>40,8</b>	<b>3,9%</b>
<i>Publicité groupe TF1</i>	368,7	366,0	443,7	418,2	812,4	784,2	28,2	3,6%
<i>Autres activités</i>	130,6	137,4	140,6	121,2	271,2	258,6	12,6	4,9%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>38,3</b>	<b>36,9</b>	<b>62,2</b>	<b>71,1</b>	<b>100,5</b>	<b>108,0</b>	<b>(7,5)</b>	<b>-6,9%</b>
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	7,7%	7,3%	10,6%	13,2%	9,3%	10,4%	-	-1,1pt
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>32,6</b>	<b>31,1</b>	<b>56,9</b>	<b>65,3</b>	<b>89,5</b>	<b>96,4</b>	<b>(6,9)</b>	<b>-7,2%</b>
Coût de l'endettement financier net	(0,4)	(0,9)	(0,6)	(0,2)	(1,0)	(1,1)	0,1	-9,1%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>24,8</b>	<b>28,0</b>	<b>41,0</b>	<b>46,8</b>	<b>65,8</b>	<b>74,8</b>	<b>(9,0)</b>	<b>-12,0%</b>

Le **chiffre d'affaires consolidé** au premier semestre 2018 du groupe TF1 s'élève à **1 083,6 millions d'euros**, à comparer à 1 042,8 millions d'euros au premier semestre 2017, en progression de 40,8 millions d'euros (+3,9%). Il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire qui s'établit à 812,4 millions d'euros, en hausse de 28,2 millions d'euros (+3,6%) par rapport à 2017. Cette hausse est liée à la croissance du chiffre d'affaires des cinq chaînes en clair (+1%) et des revenus publicitaires digitaux sur le semestre.
- et d'un chiffre d'affaires des autres activités de 271,2 millions d'euros, en progression de 12,6 millions d'euros (+4,9%) sur un an qui s'explique principalement par les premiers revenus issus de la commercialisation de l'offre TF1 Premium auprès des opérateurs de télécommunications.

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe pour le premier semestre 2018 s'élève à **100,5 millions d'euros** contre 108,0 millions d'euros un an plus tôt, en retrait de 7,5 millions d'euros. Le coût de la Coupe du Monde (impact de 46 millions d'euros sur le semestre) est en grande partie compensé par la maîtrise des coûts des programmes et la croissance des activités de production.

Le taux de marge opérationnelle courante est en retrait de 1,1 point pour s'établir à 9,3 % contre 10,4 % un an auparavant. Hors coût de la Coupe du Monde Football (46 millions d'euros au deuxième trimestre 2018), le taux de marge opérationnelle courante s'élève à 13,5% sur le semestre.

Le **résultat opérationnel du Groupe** s'établit à **89,5 millions d'euros** après la prise en compte de 11,0 millions d'euros de charges non courantes, correspondant à l'amortissement des droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **65,8 millions d'euros**, en recul de 9,0 millions d'euros. Pour rappel, au premier semestre 2017, le résultat net incluait une partie du résultat de la cession de la participation dans Groupe AB.

<sup>1</sup> FRDA<50 : Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

<sup>2</sup> La croissance du chiffre d'affaires sur le premier semestre est de +0,8% hors effets périmètre.

<sup>3</sup> Soit un taux de marge opérationnelle courante de 13,5% hors coût de la Coupe du Monde de Football (impact de 46 M€ sur le T2 2018).

<sup>4</sup> En moyenne sur l'ensemble des 28 matchs de la coupe du monde.

## Audiences<sup>5</sup>

**Le groupe TF1** maintient ses hauts niveaux de part d'audience sur cibles au premier semestre 2018 : 32,5% sur la cible des FRDA<50, stable par rapport à 2017, et 29,2% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, (-0,2 point sur un an). Sur le deuxième trimestre 2018, le Groupe est en forte hausse par rapport au premier trimestre 2018 (+0,5 point sur les FRDA<50 et +1,0 point sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, plus forte hausse tous Groupes confondus).

**La chaîne TF1**, poursuit, pour le troisième trimestre consécutif, sa progression sur la cible FRDA<50 avec une part d'audience de 22,4% au deuxième trimestre 2018 (en hausse de +0,5 point sur un an) et consolide, sur le semestre, son avance sur son principal concurrent privé. La chaîne TF1 réalise les 20 meilleures audiences du semestre sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans, dont 6 matchs de la Coupe du Monde de Football (part d'audience supérieure à 40%). Les quatre matchs de l'Equipe de France ont rassemblé, en moyenne, 11,2 millions de téléspectateurs (68% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus). Les matchs de la finale et de la demi-finale ont rassemblé chacun plus de 19 millions de téléspectateurs. La chaîne bénéficie également des bonnes audiences de ses autres programmes : succès des fictions françaises *Traqués* (6,6 millions de téléspectateurs) et *Coup de Foudre à Bora Bora* (5,7 millions de téléspectateurs), de la saga quotidienne *Demain Nous Appartient* (en hausse constante et un mois record en juin à 22% de part d'audience sur les FRDA<50), du divertissement avec les grandes marques *Koh-Lanta* (la finale a rassemblé 5,8 millions de téléspectateurs) et *The Voice* (5,7 millions de téléspectateurs en moyenne sur la saison).

En matière d'information, les journaux télévisés restent largement *leader*, et rassemblent des audiences en hausse sur les Individus âgés de 4 ans et plus : sur un an<sup>6</sup>, la part d'audience est en progression de 1,0 point pour le 20H semaine, de 0,8 point pour le 13H semaine et de 0,7 point pour les 13H et 20H week-end. La chaîne TF1 a optimisé le carrefour stratégique 20h-21h grâce à la diffusion, en semaine, de *Le 20H Le Mag*, dont les audiences progressent de mois en mois avec jusqu'à 5,9 millions de téléspectateurs.

**Les chaînes du pôle TNT** (TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI), qui constituent un pôle *leader* sur la TNT avec une part d'audience de 10,2% sur la cible des FRDA<50 et de 9,3% sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans. Au cours du premier semestre 2018, TMC réalise 16 des 20 meilleures audiences des chaînes de la TNT sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans, dont 15 liées au retour gagnant de *Burger Quiz* en *prime-time* qui réunit jusqu'à 2,3 millions de téléspectateurs, dont 500 000 en *replay*. Les chaînes TFX et TF1 Séries Films bénéficient de leur *rebranding* et voient leurs audiences augmenter sur leurs cibles respectives : TFX affiche 3,7% de part d'audience sur les cibles jeunes (Individus âgés de 15 à 34 ans) stable sur un an et TF1 Séries Films progresse sur la cible des FRDA<50 de +0,3 point sur un an à 2,5 %.

Au premier semestre, LCI maintient une part d'audience à 0,6 % sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, et reste la seconde chaîne d'information française depuis plus d'un an. *La Matinale* de semaine continue sa progression et affiche en avril un record historique à 2,5 % de part d'audience.

**MYTF1** réalise une bonne performance sur le semestre avec 704 millions de vidéos vues<sup>7</sup>, en progression de + 12% sur un an soutenue notamment par des programmes phares tels que *Demain nous appartient* (83 millions de vidéos vues), *La Villa des cœurs brisés* (77 millions de vidéos vues), *The Voice* (63 millions de vidéos vues), *Paw Patrol* (45 millions de vidéos vues) ou *La Coupe du Monde de Football* (25 millions de vidéos vues<sup>8</sup>).

<sup>5</sup> Source : Médiamétrie-Médiamat.

<sup>6</sup> Période janvier à mi-juin (programmation à partir de mi-juin impactée par la Coupe du Monde de Football).

<sup>7</sup> Hors contenus d'information, hors contenus XTRA, et sessions *live*.

<sup>8</sup> Donnée jusqu'au 15 juillet 2018.

## Détail par activité

Suite à l'acquisition du groupe aufeminin le 27 avril dernier<sup>9</sup>, une nouvelle décomposition des secteurs est entrée en application à compter du deuxième trimestre 2018. Elle concerne principalement la création d'un nouveau secteur « Digital » regroupant les activités du groupe aufeminin, ainsi que Neweb, Studio71, TF1 Digital Factory et MinuteBuzz<sup>10</sup>. Au vu du caractère peu significatif des impacts sur 2017 et sur le premier trimestre 2018, il n'y a pas de retraitement des périodes antérieures.

M€	T1 2018	T1 2017	T2 2018	T2 2017	S1 2018	S1 2017	Var.
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>499,3</b>	<b>503,4</b>	<b>584,3</b>	<b>539,4</b>	<b>1 083,6</b>	<b>1 042,8</b>	<b>40,8</b>
<b>Antennes</b>	<b>402,3</b>	<b>404,9</b>	<b>466,7</b>	<b>452,6</b>	<b>869,0</b>	<b>857,5</b>	<b>11,5</b>
<i>Publicité TV des chaînes en clair</i>	<i>349,8</i>	<i>348,9</i>	<i>404,6</i>	<i>398,4</i>	<i>754,5</i>	<i>747,3</i>	<i>7,1</i>
<b>Studios et divertissements</b>	<b>97,0</b>	<b>98,5</b>	<b>88,8</b>	<b>86,8</b>	<b>185,8</b>	<b>185,3</b>	<b>0,5</b>
<b>Digital *</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>28,8</b>	<b>-</b>	<b>28,8</b>	<b>-</b>	<b>28,8</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>38,3</b>	<b>36,9</b>	<b>62,2</b>	<b>71,1</b>	<b>100,5</b>	<b>108,0</b>	<b>(7,5)</b>
<b>Antennes</b>	<b>26,4</b>	<b>26,6</b>	<b>52,9</b>	<b>64,9</b>	<b>79,3</b>	<b>91,5</b>	<b>(12,2)</b>
<b>Studios et divertissements</b>	<b>11,9</b>	<b>10,3</b>	<b>6,7</b>	<b>6,2</b>	<b>18,6</b>	<b>16,5</b>	<b>2,1</b>
<b>Digital *</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>2,6</b>	<b>-</b>	<b>2,6</b>	<b>-</b>	<b>2,6</b>
<b>Coût des programmes</b>	<b>(230,0)</b>	<b>(233,5)</b>	<b>(269,2)</b>	<b>(248,7)</b>	<b>(499,2)</b>	<b>(482,2)</b>	<b>(17,0)</b>
<i>Coupe du Monde de Football</i>	<i>-</i>	<i>-</i>	<i>(46,0)</i>	<i>-</i>	<i>(46,0)</i>	<i>-</i>	<i>(46,0)</i>

\* Le groupe aufeminin est consolidé depuis mai 2018

### Antennes

Le **chiffre d'affaires du secteur des Antennes** s'établit, au premier semestre 2018, à 869,0 millions d'euros, en progression de 11,5 millions d'euros. Cette hausse est principalement liée à la bonne performance des revenus publicitaires des cinq chaînes en clair (7,1 millions d'euros) et des revenus liés à la distribution des chaînes en clair et des services associés à travers la mise en œuvre progressive des accords de distribution signés avec l'ensemble des opérateurs de télécommunications.

Le chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes en clair du groupe TF1 s'élève sur le premier semestre à 754,5 millions d'euros, en hausse de +1,0 % sur un an. Au deuxième trimestre, il progresse de +1,6% sur un an bénéficiant notamment des excellentes performances de la Coupe du Monde de Football diffusée en exclusivité en clair sur TF1.

Le **coût des programmes** des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 499,2 millions d'euros, en augmentation de 17,0 millions d'euros. Ce chiffre comprend 46 millions d'euros de coût de diffusion de 18 matchs de la Coupe du Monde de Football au mois de juin<sup>11</sup>. Hors impact de cet événement, le coût des programmes s'élève à 453,2 millions d'euros. Ces économies sont réalisées à audiences constantes et s'expliquent par les bénéfices de la stratégie d'achat de droits menée par le Groupe depuis deux ans, la renégociation des contrats d'achat des programmes générant des baisses de prix unitaires et l'optimisation multichaînes des programmes diffusés.

Le **résultat opérationnel courant du secteur Antennes** s'établit, au premier semestre 2018, à 79,3 millions d'euros, en baisse de 12,2 millions d'euros, après prise en compte du coût de diffusion de la Coupe du Monde de Football.

### Studios et Divertissements

Les **revenus du secteur Studios et Divertissements** s'établissent à 185,8 millions d'euros ce semestre stable sur un an. L'augmentation du chiffre d'affaires de Newen Studios, la croissance organique de la *Seine Musicale* ainsi que le développement de l'activité de production musicale de Play Two compensent la baisse d'activité de TF1 Studio<sup>12</sup> principalement liée aux moindres performances des films sortis en salle au cours du semestre (deux succès en salle l'an dernier), et de Téléshopping.

Le **résultat opérationnel courant** de ce secteur s'établit au premier semestre à 18,6 millions d'euros, en progression de 2,1 millions d'euros sur un an (+12,7%).

<sup>9</sup> Acquisition, le 27 avril, de la part d'Axel Springer (78,1%). Détention, au 4 juillet, de 93,28% du groupe aufeminin à l'issue de l'OPA.

<sup>10</sup> Société mise en équivalence.

<sup>11</sup> Le coût des programmes de remplacement s'élève à 8,8 millions d'euros sur le deuxième trimestre.

<sup>12</sup> TF1 Studio : activité notamment de production et de distribution de films de cinéma.

## Digital

Les **revenus du nouveau secteur Digital** s'établissent à 28,8 millions d'euros ce semestre et incluent les revenus du groupe aufeminin consolidé à compter du mois de mai 2018.

Le **résultat opérationnel courant** de ce secteur s'établit au premier semestre 2018 à 2,6 millions d'euros. Il inclut également le résultat du groupe aufeminin sur deux mois.

## Structure financière

Au 30 juin 2018, le total des capitaux propres part du Groupe atteint 1 511,6 millions d'euros pour un total de bilan de 3 374,3 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin juin 2018 à 120,4 millions d'euros contre 495,5 millions d'euros à fin décembre 2017. Cette diminution s'explique principalement par les décaissements liés à l'acquisition de la participation détenue par Axel Springer dans le groupe aufeminin (78,07%) et des actions acquises au 30 juin dans le cadre de l'OPA<sup>13</sup> sur le solde du capital. Au 30 juin, le groupe TF1 détient 82,99% du groupe aufeminin. Au terme de l'OPA, le groupe TF1 détient 93,28% du groupe aufeminin.

La dette nette atteint 122,2 millions d'euros au 30 juin 2018, contre une trésorerie nette de 256,7 millions d'euros à fin décembre 2017, après prise en compte principalement de l'engagement, dans le cadre de l'OPA, de rachat des actions aufeminin toujours cotées au 30 juin (17,01% du capital), ainsi que de la dette nette de Newen Studios et des options sur les parts des minoritaires.

## Perspectives

Depuis le début de l'année, le Groupe a signé des accords de distribution avec l'ensemble des opérateurs de télécommunication ; la mise en place de *SALTO*<sup>14</sup>, plateforme OTT française bâtie en partenariat avec France Télévisions et M6, permettra de proposer, à terme, une offre de contenus combinant des programmes de télévision (en direct et différé) ainsi que des inédits.

Au deuxième trimestre, TF1 a acquis une participation majoritaire dans le groupe aufeminin ; le rachat de Doctissimo, en cours de négociation avec le groupe Lagardère, permettra à TF1 de renforcer son empreinte sur les thématiques santé, nutrition et famille<sup>15</sup>. Enfin, TF1 a racheté les 30% des parts des minoritaires dans Newen Studios<sup>16</sup>.

Les résultats du premier semestre 2018 confirment la tendance positive pour atteindre les *guidances* avec :

- Une marge opérationnelle courante hors événement sportif en hausse de 3,1 points sur un an ;
- Un coût des programmes hors événement sportif majeur à 453,2 millions d'euros, contre 482,2 millions d'euros un an plus tôt ;
- Un chiffre d'affaires publicitaire des chaînes en clair qui représente 69,6% du chiffre d'affaires consolidé contre 71,7% un an plus tôt.

A la rentrée, le Groupe diffusera de nouvelles séries (*The Good Doctor* et *La Vérité sur l'Affaire Harry Quebert*) ainsi que des divertissements avec le retour de *Ninja Warrior*, *The Voice Kids* et le lancement de *Big Bounce*, et continuera de soutenir la fiction française avec la diffusion de *Jacqueline Sauvage* et *Insoupçonnable*.

Les résultats du premier semestre permettent au groupe TF1 de confirmer ses *guidances*, à savoir :

- **dès 2018, une progression du taux de marge opérationnelle courante** pour le Groupe (hors événements sportifs majeurs) ;
- **un coût annuel moyen des programmes à 960 millions d'euros** (hors événements sportifs majeurs) pour les cinq chaînes en clair **sur la période 2018-2020**, grâce à l'optimisation des investissements dans les contenus ;
- une **croissance des activités hors publicité des cinq chaînes en clair qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé en 2019** ;
- un **objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019**.

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport sans réserve a été émis par les Commissaires aux comptes.  
La présentation et le rapport sur l'information financière du premier semestre 2018 sont disponibles sur le site <http://www.groupe-tf1.fr>.  
Une conférence call aura lieu le 25 juillet à 9h00 (heure de Paris).  
Les détails de connexion sont disponibles sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs>

**GROUPE TF1**  
**DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - [vduval@tf1.fr](mailto:vduval@tf1.fr)**  
**DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)**  
[@groupetf1](https://twitter.com/groupetf1)

<sup>13</sup> L'offre publique d'achat a lieu du 14 juin 2018 au 04 juillet 2018.

<sup>14</sup> Une société autonome, détenue à parts égales par les trois groupes, sera créée pour opérer cette plateforme, à l'issue de l'examen par les autorités compétentes.

<sup>15</sup> La conclusion d'un accord sera, conformément à la législation, soumis à l'examen des instances représentatives du personnel concernées.

<sup>16</sup> Acquisition réalisée le 3 juillet 2018.