

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 25 avril 2018

### RESULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2018 DU GROUPE TF1

**Une part d'audience Groupe sur cibles<sup>1</sup> à 32,2%**

**Un résultat opérationnel courant de 38,3 millions d'euros, en progression de +3,8%**

**Un taux de marge opérationnelle courante de 7,7%, en progression de +0,4 point**

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 25 avril 2018 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du premier trimestre 2018.

Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 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 publiés et retraités sont disponibles dans le rapport sur l'information financière du premier trimestre 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	Var. M€	Var. %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>499,3</b>	<b>503,4</b>	<b>(4,1)</b>	<b>-0,8%</b>
<i>Publicité groupe TF1</i>	368,7	366,0	2,7	0,7%
<i>Autres activités</i>	130,6	137,4	(6,8)	-4,9%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>38,3</b>	<b>36,9</b>	<b>1,4</b>	<b>3,8%</b>
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	7,7%	7,3%	-	+0,4 pt
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>32,6</b>	<b>31,1</b>	<b>1,5</b>	<b>4,8%</b>
Coût de l'endettement financier net	(0,4)	(0,9)	0,5	-54,7%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>24,8</b>	<b>28,0</b>	<b>(3,2)</b>	<b>-11,4%</b>

Le **chiffre d'affaires consolidé** au premier trimestre 2018 du groupe TF1 s'élève à **499,3 millions d'euros**, à comparer à 503,4 millions d'euros au premier trimestre 2017, en léger retrait de -0,8%. Il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire qui s'établit à 368,7 millions d'euros, en hausse de 2,7 millions d'euros (+ 0,7%) par rapport à 2017,
- et d'un chiffre d'affaires des autres activités de 130,6 millions d'euros, en retrait de 6,8 millions d'euros sur un an qui s'explique par l'absence de sortie de film en salle chez TF1 Studio<sup>2</sup> au premier trimestre 2018 et des revenus d'interactivité en retrait compte tenu d'une base de comparaison conjoncturellement très élevée au premier trimestre 2017 (*The Wall, Championnat du Monde de Handball, Les 12 coups de Midi*).

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe pour le premier trimestre 2018 s'élève à **38,3 millions d'euros** contre 36,9 millions d'euros un an plus tôt, **en hausse de 1,4 million d'euros**. Cette amélioration est liée à la maîtrise des coûts, dont une économie sur le coût des programmes de 3,5 millions d'euros.

Le taux de marge opérationnelle courante est en progression de 0,4 point pour s'établir à 7,7 % contre 7,3 % un an auparavant.

Le **résultat opérationnel du Groupe** s'établit à **32,6 millions d'euros** après la prise en compte de 5,7 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 **24,8 millions d'euros**, en recul de 3,2 millions d'euros. Pour rappel, au premier trimestre 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> TF1 Studio : Activité notamment de production et de distribution de films de cinéma distincte de TF1 Films Production qui finance des films dans le cadre des obligations du Groupe.

## Audiences<sup>3</sup>

Le groupe TF1 a atteint, au premier trimestre 2018, une part d'audience sur la cible des FRDA<50 de 32,2%, en ligne avec celle de l'année 2017 et en léger retrait par rapport au premier trimestre 2017 (- 0,3 point). Cette bonne performance est réalisée malgré une semaine de coupure par Canal+ de l'accès aux chaînes du Groupe et dans un contexte de concurrence forte de France Télévisions à l'occasion des Jeux Olympiques d'hiver.

La chaîne TF1, poursuit, pour le deuxième trimestre consécutif, sa progression sur la cible FRDA<50 avec une part d'audience de 22,1% au premier trimestre 2018 (en hausse de + 0,2 point sur un an), accroissant ainsi de 0,6 point l'écart avec son principal concurrent privé. La chaîne réalise les 30 meilleures audiences du trimestre principalement grâce à une programmation généraliste et événementielle en *prime-time* : succès des divertissements (*Les Enfoirés* avec 10,2 millions de téléspectateurs, *The Voice* avec jusqu'à 7,1 millions de téléspectateurs), des fictions françaises (*Les Innocents* avec jusqu'à 7,1 millions de téléspectateurs, *Les Bracelets Rouges* avec jusqu'à 6,8 millions de téléspectateurs, *Sections de Recherches* avec jusqu'à 6,7 millions de téléspectateurs) et des films (*Les Tuche* avec 7,7 millions de téléspectateurs, *Rien à Déclarer* avec 7,1 millions de téléspectateurs). Sur cette même cible, l'Access semaine<sup>4</sup> est en progression sur un an de + 0,6 point notamment grâce au succès de *Demain nous appartient*.

En matière d'information, les journaux télévisés restent largement *leader* et rassemblent en moyenne 6 millions de téléspectateurs pour le 20H et 5,4 millions de téléspectateurs pour le 13H semaine. La chaîne TF1 a optimisé le carrefour stratégique 20h-21h grâce à la diffusion, en semaine, de *Le 20H Le Mag*, nouveau magazine d'information d'une dizaine de minutes lancé mi-mars.

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 10,1% sur la cible des FRDA<50, stabilisent leur part d'audience sur cette cible. Au cours du premier trimestre 2018, TMC est *leader* des chaînes de la TNT sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans grâce à *Quotidien en Access* (1,3 million de téléspectateurs en moyenne sur le trimestre et une part d'audience de 9% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans) et un *prime-time* toujours puissant (avec par exemple 1,4 million de téléspectateurs pour le film *Salt* ou 4,7 millions de téléspectateurs pour le match de football France-Colombie). Les chaînes TFX et TF1 Séries Films bénéficient du *rebranding* de fin janvier et voient leurs audiences augmenter sur leurs cibles respectives : TFX enregistre un début d'année positif sur les cibles jeunes (Individus âgés de 15 à 24 ans) et affiche 4,9% de part d'audience en progression de +0,2 point sur un an ; TF1 Séries Films progresse sur la cible des FRDA<50 de +0,3 point sur un an à 2,5 %.

LCI a conquis une part d'audience de 0,6 % sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, et reste la seconde chaîne d'information française depuis un an. *La Matinale* de semaine continue sa progression et affiche en mars un record historique à 2,1 % de part d'audience.

MYTF1 réalise une bonne performance sur le trimestre avec 365 millions de vidéos vues<sup>5</sup>, en progression de + 10% sur un an soutenue notamment par des programmes phares tels que *La Villa des cœurs brisés* (65 millions de vidéos vues), *Demain nous appartient* (44 millions de vidéos vues) ou *The Voice* (33 millions de vidéos vues).

## Détail par activité

M€	T1 2018	T1 2017	Var.	Var. %
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>499,3</b>	<b>503,4</b>	<b>(4,1)</b>	<b>-0,8%</b>
<b>Antennes</b>	<b>402,3</b>	<b>404,9</b>	<b>(2,6)</b>	<b>-0,6%</b>
<i>Publicité TV des chaînes en clair</i>	349,8	348,9	0,9	0,3%
<i>Autres revenus du secteur Antennes</i>	52,5	56,0	(3,5)	-6,3%
<b>Studios et divertissements</b>	<b>97,0</b>	<b>98,5</b>	<b>(1,5)</b>	<b>-1,5%</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>38,3</b>	<b>36,9</b>	<b>1,4</b>	<b>3,8%</b>
<b>Antennes</b>	<b>26,4</b>	<b>26,6</b>	<b>(0,2)</b>	<b>-0,8%</b>
<i>dont Antennes en clair</i>	15,3	13,9	1,4	10,1%
<b>Studios et divertissements</b>	<b>11,9</b>	<b>10,3</b>	<b>1,6</b>	<b>15,5%</b>
<b>Coût des programmes</b>	<b>(230,0)</b>	<b>(233,5)</b>	<b>3,5</b>	<b>-1,5%</b>

<sup>3</sup> Source : Médiamétrie-Médiamat.

<sup>4</sup> 18h-20h du lundi au vendredi.

<sup>5</sup> Hors contenus d'information, hors contenus XTRA, et sessions *live*.

## Antennes

Le **chiffre d'affaires du secteur des Antennes** s'établit, au premier trimestre 2018, à 402,3 millions d'euros, en recul de 2,6 millions d'euros. La baisse du revenu de l'interactivité liée à une programmation moins favorable que l'année dernière est partiellement compensée par la progression du chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes en clair (0,9 million d'euros) et la croissance des revenus issus de l'activité digitale et de la distribution des chaînes.

A fin mars 2018, le groupe TF1 a signé trois nouveaux accords de distribution de ses chaînes en clair et des services associés avec : Altice-SFR en novembre 2017, Bouygues Telecom en janvier 2018 et Orange en mars 2018. Le groupe TF1 a signé également ce jour un nouvel accord avec Iliad-Free et poursuit ses négociations avec Canal+.

Le chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes en clair du groupe TF1 s'élève à 349,8 millions d'euros, en hausse de +0,3 % sur un an, impactée par les négociations relatives aux accords de distribution avec certains opérateurs et les premiers revenus publicitaires en Belgique.

Le **coût des programmes** des cinq chaînes en clair du Groupe a diminué de 3,5 millions d'euros par rapport au premier trimestre 2017 et s'élève à 230,0 millions d'euros. Ces économies s'expliquent par les premiers 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 trimestre 2018, à 26,4 millions d'euros, stable sur un an. Il intègre un niveau d'amortissement sur les parts de coproduction livrées sur le trimestre plus significatif que l'an dernier.

## Studios et Divertissements

Les **revenus du secteur Studios et Divertissements** s'établissent à 97 millions d'euros ce trimestre, en léger recul de 1,5 million d'euros 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 partiellement la baisse d'activité de TF1 Studio<sup>6</sup> principalement liée à l'absence de sortie de film en salle au cours du trimestre (deux succès en salle l'an dernier).

Le **résultat opérationnel courant** de ce secteur s'établit au premier trimestre à 11,9 millions d'euros, en progression de 1,6 million d'euros sur un an, grâce aux bonnes performances de l'activité de production.

## Structure financière

Au 31 mars 2018, le total des capitaux propres part du Groupe atteint 1 612,5 millions d'euros pour un total de bilan de 3 260,3 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin mars 2018 à 519,4 millions d'euros contre 495,5 millions d'euros à fin décembre 2017. La trésorerie nette atteint 280,0 millions d'euros au 31 mars 2018, contre 256,7 millions d'euros à fin décembre 2017, après prise en compte de la dette nette de Newen Studios et des options sur les parts des minoritaires.

## Perspectives

Depuis le début de l'année, le Groupe met en œuvre la stratégie annoncée : signature des accords de distribution avec Bouygues Telecom, Orange et Iliad-Free, et poursuite des négociations avec Canal+, *rebranding* des chaînes TFX et TF1 Séries Films, refonte du carrefour stratégique 20h-21h sur TF1 et annonce de l'acquisition des 30% des parts des minoritaires dans Newen Studios<sup>7</sup>.

Au cours du second trimestre, le Groupe diffusera en exclusivité les matchs de la Coupe du Monde de Football en clair sur ses chaînes, poursuivra notamment le renouvellement des fictions françaises (*Traqués*, *Balthazar*, *Coup de Foudre à Bora Bora* sur TF1) et des divertissements (*Tattoo Cover* sur TFX, *Burger Quiz* sur TMC).

L'acquisition prévue de la participation de Axel Springer (78,4%) dans le groupe aufeminin permettra au groupe TF1 de renforcer son offre dans le digital en s'appuyant sur de fortes audiences web et sur des communautés très engagées envers les marques de ce Groupe (aufeminin.com, Marmiton, My Little Paris). L'Autorité de la Concurrence ayant donné son accord le 23 avril dernier, toutes les conditions sont réunies pour l'acquisition du bloc majoritaire de Axel Springer (78,4%) et procéder à une Offre Publique d'Achat.

<sup>6</sup> TF1 Studio : activité notamment de production et de distribution de films de cinéma distincte de TF1 Films Production qui finance des films dans le cadre des obligations du Groupe.

<sup>7</sup> En attente de l'accord de l'Autorité de la Concurrence.

Les résultats du premier trimestre 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 ramené 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.

Le rapport sur l'information financière du premier trimestre 2018 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

Une conférence call aura lieu le 25 avril 2018 à 18h30 (heure de Paris).

La présentation est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>

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**

