

Boulogne-Billancourt, le 23 juillet 2015

RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2015

Un chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes gratuites en progression de 1,7 %
Un résultat opérationnel courant de 97,3 millions d'euros incluant l'effet de la cession du contrôle d'Eurosport France
Un taux de marge opérationnelle courante de 13,7 % au deuxième trimestre

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 23 juillet 2015 sous la Présidence de Nonce Paolini, a arrêté les comptes du premier semestre 2015.

La norme IFRIC 21 au sujet des « taxes prélevées par une autorité publique » est appliquée à partir du 1^{er} janvier 2015, et de façon rétrospective pour l'année comparative 2014. L'application de cette norme conduit à retraiter les comptes trimestriels 2014.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T1 2015	T1 2014	T2 2015	T2 2014	S1 2015	S1 2014	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires	475,1	469,7	505,6	556,0	980,7	1 025,7	(45,0)	- 4,4 %
<i>dont publicité groupe TF1</i>	363,1	354,1	411,6	415,8	774,7	769,9	+ 4,8	+ 0,6 %
<i>dont autres activités</i>	112,0	115,6	94,0	140,2	206,0	255,8	(49,8)	- 19,5 %
Résultat opérationnel courant	28,1 *	6,9	69,2	14,8	97,3 *	21,7	+ 75,6	x 4,5
Résultat opérationnel	28,1 *	6,9	57,3	14,8	85,4 *	21,7	+ 63,7	x 3,9
Coût de l'endettement financier net	0,5	0,3	0,2	0,1	0,7	0,4	+ 0,3	+ 75,0 %
Résultat net des activités poursuivies	33,7	5,5	30,0	10,0	63,7	15,5	+ 48,2	x 4,1
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	-	8,4	-	301,8	-	310,2	(310,2)	ns
Résultat net	33,7	13,9	30,0	311,8	63,7	325,7	(262,0)	ns
Résultat net part du Groupe	32,7	12,1	28,3	309,5	61,0	321,6	(260,6)	ns

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France

Au 30 juin 2015, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 980,7 millions d'euros ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 774,7 millions d'euros, en croissance de 0,6 % sur un an, malgré l'absence d'événements sportifs au cours de la période ;
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 206,0 millions d'euros, en recul de 49,8 millions d'euros. Cette variation s'explique par la comptabilisation de 30 millions d'euros au deuxième trimestre 2014 de revenus liés à la cession d'une partie des droits de la Coupe du Monde de la FIFA 2014 et par un effet périmètre de 21,9 millions d'euros lié à la déconsolidation d'Eurosport France, de la chaîne Styliya et de la société OneCast.

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe s'élève à 97,3 millions d'euros, en hausse de 75,6 millions d'euros. Il intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France comptabilisé au premier trimestre 2015.

Le taux de marge opérationnelle courante s'établit à 9,9 % sur le semestre (13,7 % au deuxième trimestre 2015).

11,9 millions d'euros ont été comptabilisés en autres charges opérationnelles, qui correspondent aux coûts d'adaptation du pôle de l'information du groupe TF1. Ils sont principalement liés à l'arrêt de la version papier de *Metronews*.

Le **résultat opérationnel** s'établit par conséquent à 85,4 millions d'euros.

Le **résultat net des activités poursuivies** s'établit à 63,7 millions d'euros (+ 48,2 millions d'euros).

La **trésorerie nette** au 30 juin 2015 est de 308,0 millions d'euros, après versement d'un dividende de 317,3 millions d'euros en avril 2015.

Audiences¹

A fin juin 2015, le groupe TF1 est *leader* des groupes privés en France avec une part d'audience cumulée de ses 4 chaînes en clair qui atteint 27,8 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 1,1 point par rapport au premier semestre 2014). Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, la part d'audience atteint 32,0 % (- 0,2 point).

Cette performance est à apprécier au regard d'un contexte particulier : la montée en puissance des chaînes de la TNT HD et la progression de la consommation délinéarisée. Pour TF1, la base de comparaison est particulièrement élevée en raison de la diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA en juin 2014.

Dans ce contexte et face à une pression concurrentielle particulièrement élevée sur la programmation de l'ensemble des chaînes de la télévision gratuite, le Groupe continue de privilégier :

- **les cases stratégiques** et notamment la puissance de TF1 en *prime time* : seule chaîne à fédérer au premier semestre 2015 plus de 8 millions de téléspectateurs, TF1 est *leader* sur 89 % des soirées ;
- **les cibles publicitaires** : la part d'audience Groupe a connu une progression continue au premier semestre sur les Femmes de moins de 50 ans responsables des achats, notamment grâce aux performances de NT1 et HD1, qui progressent respectivement de 7 % et de 31 % sur un an, confirmant ainsi la pertinence de l'offre multichaine.

Détail par activité

M€	T1 2015	T1 2014	T2 2015	T2 2014	S1 2015	S1 2014	Var.
Antennes et Contenus	395,1	385,3	444,3	480,8	839,4	866,1	(26,7)
<i>dont publicité TV</i>	343,6	332,9	389,7	388,1	733,3	721,0	+ 12,3
Services Consommateurs	48,4	51,1	47,2	40,5	95,6	91,6	+ 4,0
Offre Payante	31,6	30,9	14,1	32,2	45,7	63,1	(17,4)
Holding et Divers	-	2,4	-	2,5	-	4,9	(4,9)
Chiffre d'affaires consolidé	475,1	469,7	505,6	556,0	980,7	1 025,7	(45,0)
Antennes et Contenus	(12,0)	1,1	62,7	9,0	50,7	10,1	+ 40,6
<i>dont coût des programmes</i>	(243,5)	(230,4)	(216,7)	(282,2)	(460,2)	(512,6)	+ 52,4
Services Consommateurs	3,6	5,1	2,4	1,7	6,0	6,8	(0,8)
Offre Payante	33,7*	(2,4)	0,2	(0,8)	33,9*	(3,2)	+ 37,1
Holding et Divers	2,8	3,1	3,9	4,9	6,7	8,0	(1,3)
Résultat opérationnel courant	28,1*	6,9	69,2	14,8	97,3*	21,7	+ 75,6

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France

Antennes et Contenus

Le chiffre d'affaires publicitaire des 4 chaînes en clair progresse de 1,7 % sur un an. Les chaînes TNT du Groupe ont vu leur audience progresser et ont bien monétisé les inventaires proposés. TF1 a poursuivi sa stratégie de maintien de la valeur.

Les autres revenus du secteur Antennes et Contenus sont en baisse de 39,0 millions d'euros. 30 millions d'euros avaient en effet été comptabilisés au premier semestre 2014, au titre de la revente d'une partie des droits de diffusion de la Coupe du Monde de la FIFA 2014.

L'événement avait par ailleurs favorisé les revenus d'interactivité de e-TF1, qui affichent par conséquent une baisse au premier semestre 2015.

Enfin, le recul marqué des revenus publicitaires du journal *Metronews* est partiellement compensé par la croissance du chiffre d'affaires publicitaire de e-TF1, qui poursuit sa stratégie d'innovation : une nouvelle version du site MYTF1 a été lancée le 26 mai 2015, regroupant sous une même marque l'offre digitale des 4 chaînes en clair.

¹ Source : Médiamétrie.

Le coût des programmes des 4 chaînes gratuites du Groupe est en économie de 52,4 millions d'euros sur un an. Retraité de l'impact de la diffusion de 21 matches de la Coupe du Monde de la FIFA net des programmes remplacés, le coût des programmes est en économie de 8,5 millions d'euros.

L'optimisation du coût des programmes sur la période permet au secteur Antennes et Contenus d'améliorer son résultat opérationnel courant, qui passe de 10,1 millions d'euros à 50,7 millions d'euros.

Services Consommateurs

Le chiffre d'affaires du secteur Services Consommateurs progresse de 4,0 millions d'euros, grâce à la performance de TF1 Vidéo sur l'activité VOD, ainsi qu'à l'exploitation tous droits de certains titres comme *La Grande aventure de Maya l'abeille*. Le résultat opérationnel courant des Services Consommateurs s'établit à 6,0 millions d'euros.

Offre Payante

Le chiffre d'affaires du secteur Offre Payante est en baisse de 17,4 millions d'euros. Hors effet périmètre, les chaînes thématiques voient leur chiffre d'affaires progresser, reflet des performances d'audience, notamment de TV Breizh. Le résultat opérationnel courant de l'Offre Payante s'élève à 33,9 millions d'euros ; il intègre le résultat de déconsolidation de la société Eurosport France, comptabilisé au premier trimestre 2015 et la progression de la rentabilité des chaînes thématiques en France.

Holding et Divers

La cession de l'activité OneCast fin 2014 explique l'absence de chiffre d'affaires consolidé du pôle Holding et Divers, ainsi que la légère baisse du résultat opérationnel courant.

Perspectives

Après un premier semestre en croissance, le marché net de la publicité télévisuelle pourrait être stable au second semestre, l'évolution des investissements publicitaires dépendant de la confirmation de la reprise économique. Ce marché reste très concurrentiel, notamment avec la montée en puissance des chaînes de la TNT HD.

Dans ce contexte, le groupe TF1 poursuivra sa stratégie :

- renforcer sa position de *leader* sur la télévision gratuite en anticipant les évolutions des usages des annonceurs et des téléspectateurs ;
- continuer à rechercher des opportunités de croissance, seul ou en partenariat, avec le souci constant de créer de la valeur.

En termes de programmation, la rentrée sera marquée, pour la chaîne TF1, par la diffusion de la Coupe du Monde de Rugby et par le retour de programmes forts qui offriront une exposition unique aux annonceurs.

Les chaînes de la TNT verront leur identité éditoriale affirmée, en parfaite complémentarité avec la chaîne TF1.

Le Groupe marquera sa différence grâce aux synergies renforcées entre la télévision et le digital.

Par ailleurs, le Groupe restera mobilisé pour maîtriser ses coûts et continuer de s'adapter à son environnement, notamment dans le domaine de l'Information.

Enfin, le second semestre sera marqué, à l'occasion de la Conférence Paris Climat 2015, par la diffusion sur les antennes de contenus mettant en valeur les solutions pour le climat.

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

Une conférence téléphonique aura lieu le 23 juillet 2015 à 18h30 (heure de Paris).

Les détails de connexion à la conférence sont disponibles sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

CONTACTS

<http://www.groupe-tf1.fr/>

TF1 - Direction des Relations Investisseurs / Investor Relations – Courriel / email : comfi@tf1.fr
TF1 - Direction de la Communication / Corporate Communication – Courriel / email : vduval@tf1.fr