

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 27 octobre 2016

RESULTATS DES NEUF PREMIERS MOIS 2016

Un chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites en recul de -0,9%
Un résultat opérationnel courant s'élevant à 46,6 millions d'euros
Une part d'audience Groupe qui s'améliore depuis la rentrée

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 27 octobre 2016 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes des neuf premiers mois de 2016.

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1. La définition de chacun des secteurs, la répartition des entités consolidées par pôles opérationnels et les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels sont disponibles depuis le 21 avril 2016 sur le site du groupe TF1 : www.groupe-tf1.fr.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T3 2016	T3 2015	Var. M€	Var. %	9m 2016	9m 2015	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires	401,5	419,3	(17,8)	-4,2%	1 426,7	1 400,0	26,7	1,9%
<i>dont publicité groupe TF1</i>	<i>294,5</i>	<i>307,5</i>	<i>(13,0)</i>	<i>-4,2%</i>	<i>1 064,6</i>	<i>1 082,2</i>	<i>(17,6)</i>	<i>-1,6%</i>
<i>dont autres activités</i>	<i>107,0</i>	<i>111,8</i>	<i>(4,8)</i>	<i>-4,3%</i>	<i>362,1</i>	<i>317,8</i>	<i>44,3</i>	<i>13,9%</i>
Résultat opérationnel courant	(10,9)	9,5	(20,4)	ns	46,6	106,8 *	(60,2)	-56,4%
Résultat opérationnel	(24,9)	6,4	(31,3)	ns	(22,1)	91,8 *	(113,9)	ns
Coût de l'endettement financier net	(0,4)	0,1	(0,5)	ns	(1,0)	0,8	(1,8)	ns
Résultat net part du Groupe	(13,2)	3,9	(17,1)	ns	(13,8)	64,9	(78,7)	ns

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France de 33,7 millions d'euros au T1 2015

Au 30 septembre 2016, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 1 426,7 millions d'euros (+26,7 millions d'euros) ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 1 064,6 millions d'euros (-1,6%),
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 362,1 millions d'euros, en hausse de 44,3 millions d'euros (+13,9%). Cette hausse résulte principalement :
 - o d'un effet positif lié à la consolidation de Newen Studios depuis le 1^{er} janvier 2016,
 - o d'un effet négatif lié d'une part à la déconsolidation d'Eurosport France au 31 mars 2015, d'autre part à la revente de droits sportifs (Coupe du Monde de rugby) au troisième trimestre 2015.

Le **résultat opérationnel courant** des neuf premiers mois 2016 s'élève à 46,6 millions d'euros, en baisse de 60,2 millions d'euros, principalement due :

- à un différentiel de coût d'événements sportifs (46,1 millions d'euros en 2016 versus 7,8 millions d'euros en 2015),
- au résultat de la déconsolidation de la société Eurosport France en 2015 (33,7 millions d'euros).

A fin septembre 2016, le **résultat opérationnel** du groupe s'établit à -22,1 millions d'euros. Il intègre 68,7 millions d'euros de charges non courantes, dans la continuité de ce qui a été annoncé en début d'année et enregistré au premier semestre :

- les charges non courantes liées au plan de transformation du groupe TF1,
- la perte opérationnelle au premier trimestre de la chaîne LCI, dont le passage en clair est intervenu le 5 avril 2016,
- l'impact négatif sur le coût des programmes des fictions françaises du décret du 27 avril 2015 sur les parts de coproduction,
- l'amortissement du *goodwill* affecté, dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Le **résultat net part du groupe** s'établit à -13,8 millions d'euros.

Audiences¹

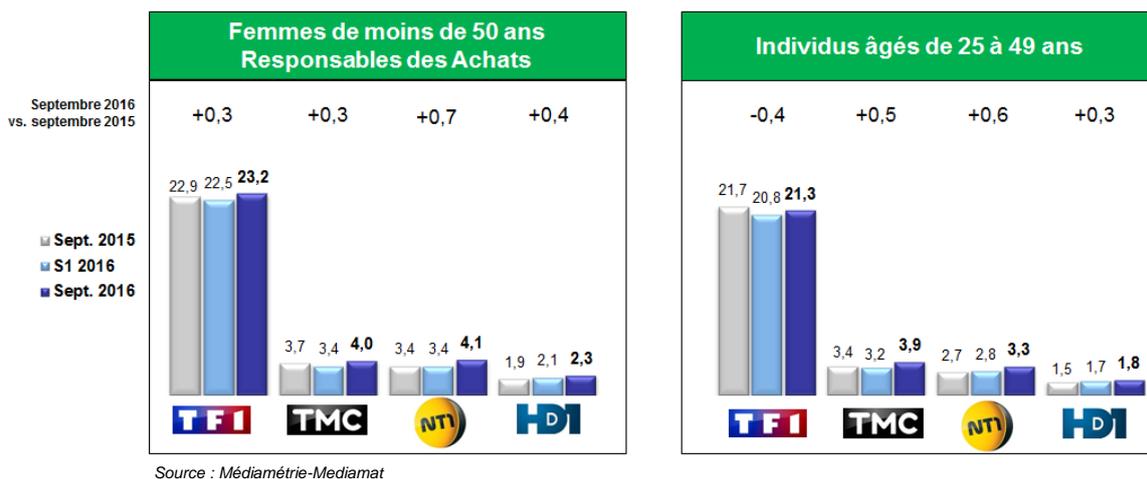
A fin septembre 2016, le groupe TF1, leader des groupes privés en France, a réalisé une part d'audience cumulée de ses cinq chaînes en clair de 27,0% sur les Individus âgés de 4 ans et plus (-0,6 point par rapport à 2015 et en ligne avec l'audience du premier semestre 2016). Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (FRDA<50), la part d'audience du groupe TF1 est de 31,4% (-0,5 point).

L'été a été marqué par une forte concurrence sur les programmes, liée notamment à la diffusion d'événements sportifs. Depuis la fin du mois d'août, les audiences de l'ensemble des chaînes du Groupe progressent auprès des FRDA<50, confirmant ainsi la pertinence de sa stratégie multichaîne et des investissements réalisés ces derniers mois sur les programmes. Septembre est ainsi, pour les audiences sur les cibles publicitaires, le meilleur des neuf premiers mois de l'année (33,7% sur la cible des FRDA<50, 30,5% de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans et 28,2% sur les Individus âgés de 4 ans et plus).

En septembre, l'audience de la chaîne TF1 de 23,2% a progressé de 0,3 point sur la cible des FRDA<50, avec notamment le retour de la diffusion de *Koh-Lanta*, de *The Voice Kids*, le lancement de la série *Blindspot* et la réussite de la fiction *La Vengeance aux yeux clairs*, ce dernier lancement ayant été accompagné d'un dispositif innovant sur le digital.

Dans le même temps, le pôle TNT affiche des audiences en forte croissance en septembre. Le repositionnement éditorial de TMC, illustré par le lancement de l'émission *Quotidien* le 12 septembre, a permis à l'audience de la chaîne d'atteindre en septembre 3,9% de part d'audience sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, versus 3,4% en septembre 2015. NT1 et HD1 ont également renforcé leurs audiences en septembre sur la cible des FRDA<50 respectivement à 4,1% et 2,3%. En septembre 2016, NT1 est ainsi devenue la 4^{ème} chaîne nationale sur la cible des FRDA<50.

LCI a rassemblé en septembre une audience de 0,4% sur les Individus âgés de 4 ans et plus grâce au lancement de sa nouvelle grille fin août.



Le groupe TF1 poursuit ainsi sa stratégie éditoriale multichaîne, axée sur les cibles publicitaires et la puissance dans les cases stratégiques ; il rassemble, en moyenne sur les neuf premiers mois de 2016, 7 millions de téléspectateurs en prime-time², tout en maîtrisant le coût de ses programmes.

¹ Source : Médiamétrie. LCI : performances en payant non prises en compte

² Source : Médiamétrie-Mediamat / Tranche Horaire prime time 21h00-22h45

Détail par activité

ME	T1 2016	T1 2015	T2 2016	T2 2015	T3 2016	T3 2015	9m 2016	9m 2015	Var.	Var. %
Antennes	389,4	418,0	448,7	445,2	323,3	355,8	1 161,4	1 219,0	(57,6)	-4,7%
dont Antennes Gratuites	353,5	366,3	408,7	414,1	290,2	311,5	1 052,4	1 091,9	(39,5)	-3,6%
dont publicité TV des chaînes gratuites	341,3	343,6	394,9	389,7	279,7	292,2	1 015,9	1 025,5	(9,6)	-0,9%
Studios et divertissements	92,5	57,1	94,6	60,4	78,2	63,5	265,3	181,0	84,3	46,6%
Chiffre d'affaires consolidé	481,9	475,1	543,3	505,6	401,5	419,3	1 426,7	1 400,0	26,7	1,9%
Antennes	4,9	22,6 *	33,1	65,2	(16,5)	1,5	21,5	89,3	(67,8)	-75,9%
dont Antennes Gratuites	(3,5)	(18,6)	21,6	57,2	(25,6)	(5,1)	(7,5)	33,5	(41,0)	-122,4%
dont coût des programmes (y compris événements sportifs)	(232,4) **	(243,5)	(265,4) **	(216,7)	(218,7) **	(212,9)	716,5 **	673,1	43,4	6,4%
Studios et divertissements	9,9	5,5	9,6	4,0	5,6	8,0	25,1	17,5	7,6	43,4%
Résultat opérationnel courant	14,8	28,1	42,7	69,2	(10,9)	9,5	46,6	106,8	(60,2)	-56,4%

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France (33,7 millions d'euros)

** hors - 20,9 millions d'euros (-15,3 millions d'euros au T1, - 4,4 millions d'euros au T2 et - 1,2 million d'euros au T3) de charges non courantes liées à la concomitance de méthodes de comptabilisation de fictions françaises produites avant et après le décret du 27 avril 2015 autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction au titre de leurs investissements en production indépendante

Antennes

Les **revenus du secteur Antennes** s'élèvent à 1 161,4 millions d'euros pour les neuf premiers mois de 2016, en recul de 57,6 millions d'euros dont 17,8 millions d'euros sont expliqués par la déconsolidation d'Eurosport France au T1 2015.

Sur les neuf premiers mois 2016, le **chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes en clair** est en recul (-0,9%), en raison des audiences de l'été et d'un marché publicitaire décevant à la rentrée.

A fin septembre, le **coût des programmes des cinq chaînes gratuites** du Groupe hors éléments non courants³ (20,9 millions d'euros) s'établit à 716,5 millions d'euros et inclut :

- le coût des programmes de LCI à compter du passage en gratuit le 5 avril 2016,
- le coût de diffusion de la totalité des matchs de l'Euro 2016 sur les antennes du Groupe à hauteur de 46,1 millions d'euros.

Le coût des programmes des **cinq chaînes gratuites** (incluant LCI) sur les neuf premiers mois de 2016, hors événement sportif et hors éléments non courants, s'élève à **670,4 millions** d'euros contre **665,3 millions** d'euros pour **quatre chaînes gratuites** en 2015, ce qui représente une baisse assez significative sur la période à périmètre équivalent.

L'**activité digitale** connaît un fort développement sur les neuf premiers mois de l'année 2016 lié à une augmentation de l'interactivité et des revenus publicitaires sur MYTF1. En septembre 2016, la plateforme MYTF1 sur les box ADSL⁴ a rassemblé 10,7 millions de visiteurs uniques, soit la 2^{ème} meilleure audience depuis deux ans, et a recueilli les 30 meilleures audiences du mois de septembre grâce, entre autres, aux succès de la rentrée sur TMC et NT1.

Pour la première fois, le groupe TF1 a mis en place un dispositif innovant avec la possibilité d'acheter les épisodes de la fiction *La Vengeance aux yeux clairs* avant leur diffusion. Plus de 150 000 épisodes payants (locations et achats) ont été consommés en VOD démontrant la capacité du Groupe à monétiser les contenus digitaux.

Le **résultat opérationnel courant du secteur Antennes** s'établit à fin septembre à 21,5 millions d'euros, en baisse à périmètre comparable de 34,1 millions d'euros par rapport à 2015, c'est-à-dire hors résultat de déconsolidation de la société Eurosport France pour 33,7 millions d'euros au premier trimestre 2015.

Studios et Divertissements

Sur les neuf premiers mois 2016, le chiffre d'affaires ainsi que le résultat opérationnel du secteur Studios et Divertissements sont, respectivement, en progression de 84,3 millions d'euros et de 7,6 millions d'euros sur un an. Cette progression du chiffre d'affaires s'explique par le développement de l'activité de production avec Newen Studios et par une bonne performance de TF1 Entertainment qui ne compense qu'en partie la baisse d'activité de TF1 Studios et de Téléshopping.

³ Charges non courantes liées au traitement comptable des fictions françaises diffusées à fin septembre 2016 à la suite du décret du 27 avril 2015

⁴ Source Médiamétrie-Mediamat / Replay sur le téléviseur via les box des fournisseurs d'accès Internet

Structure financière

A fin septembre, les capitaux propres part du groupe s'élevaient à 1 437,5 millions d'euros pour un total bilan de 3 181,1 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin septembre à 372,2 millions d'euros, contre 355,3 millions d'euros au 30 juin 2016, en hausse de 17 millions d'euros.

La trésorerie nette s'établit à fin septembre 2016 à 148,1 millions d'euros compte tenu à la fois des options détenues sur les 30% des minoritaires dans Newen Studios et de l'endettement de cette dernière.

Evolution du capital

A la suite d'exercice de stock-options, 281 493 actions ont été créées depuis le début de l'année 2016. En outre, à la suite de l'acquisition sur le marché d'actions propres dans le cadre du programme de rachat d'actions de TF1, le Conseil d'Administration a décidé l'annulation de 1 420 718 actions.

Après prise en compte de ces éléments, le nombre d'actions et le nombre de droits de vote s'élevaient à 209 382 342. Le montant du capital est de 41 876 468,40 euros.

Perspectives

Le Groupe confirme l'hypothèse d'un marché de la publicité télévisuelle en très légère croissance en 2016.

En termes de programmation, le quatrième trimestre est marqué, pour la chaîne TF1, par la poursuite de la diffusion de programmes de divertissement comme *Koh Lanta* ou *The Voice Kids*, une nouvelle saison de *Danse avec les stars*, *Miss France*, le lancement de fictions françaises (*Emma*, *Coup de foudre à Jaipur*, *La Main du Mal*, *Louis(e)*, *Munch*) ou de séries américaines comme *First Murder*, et la diffusion de films inédits. Les chaînes TNT du groupe TF1 poursuivront leur évolution éditoriale.

Le groupe TF1 revoit à la baisse son coût des programmes des cinq chaînes gratuites à 970 millions d'euros versus 980 millions d'euros, hors charges non courantes et hors événement sportif, pour l'ensemble de l'année 2016. Dans le cadre du plan *OneTransfo*, le Groupe a mis en œuvre un premier volet d'efficacité opérationnelle qui devrait générer entre 5 et 10 millions d'euros d'économies supplémentaires en 2016. Il se poursuivra en 2017 par un plan d'économies « *Recover* », d'un impact en année pleine de l'ordre de 25 à 30 millions d'euros, face à un environnement moins favorable qu'attendu. Ce plan porte sur l'ensemble des coûts du Groupe, hors coût des programmes.

Le Groupe maintient, en outre, son estimation du montant des charges non courantes en 2016, soit 86 millions d'euros, incluant notamment le traitement pour 26 millions d'euros des fictions françaises à la suite du décret d'avril 2015.

La tendance positive des audiences observée en septembre et la capacité du groupe TF1 à adapter la structure de ses coûts permettent d'envisager une année 2016 en ligne avec les attentes.

Le groupe TF1 poursuit sa transformation en déployant sa stratégie multichaine caractérisée en particulier par la relance de la chaîne TMC, son développement dans la production et le digital, tout en adaptant sa structure de coûts à l'évolution du marché.

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 des neuf premiers mois de 2016 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.
Une conférence téléphonique aura lieu le 27 octobre 2016 à 18h30 (heure de Paris).
Les détails de connexion à la conférence sont disponibles sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs>.

GROUPE TF1

DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - Virginie Duval - vdugal@tf1.fr

DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr

@GroupeTF1

