

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 30 octobre 2017

### RESULTATS DES NEUF PREMIERS MOIS 2017

**Part d'audience Groupe sur les cibles<sup>1</sup> en hausse à 32 % (+ 0,6 point)**

**Croissance du chiffre d'affaires de + 2,8 %**

**Un résultat opérationnel courant à 115,5 millions d'euros, en progression de 68,9 millions d'euros**

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 30 octobre 2017 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes des neuf premiers mois de 2017.

Les résultats ci-après, présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1, ainsi que les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels sont disponibles sur le site du groupe TF1 : [www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr).

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T3 2017	T3 2016	Var. M€	Var. %	9m 2017	9m 2016	Var. M€	Var. %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>429,9</b>	<b>401,5</b>	<b>28,4</b>	<b>7,1%</b>	<b>1 466,6</b>	<b>1 426,7</b>	<b>39,9</b>	<b>2,8%</b>
<i>Publicité groupe TF1</i>	300,0	294,5	5,5	1,9%	1 082,1	1 064,6	17,5	1,6%
<i>Autres activités</i>	129,9	107,0	22,9	21,4%	384,5	362,1	22,4	6,2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>7,9</b>	<b>(10,9)</b>	<b>18,8</b>	<b>ns</b>	<b>115,5</b>	<b>46,6</b>	<b>68,9</b>	<b>x2,5</b>
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	1,8%	-2,7%	-	+4,5pts	7,9%	3,3%	-	+4,6pts
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>2,0</b>	<b>(24,9)</b>	<b>26,9</b>	<b>ns</b>	<b>98,0</b>	<b>(22,1)</b>	<b>120,1</b>	<b>ns</b>
Coût de l'endettement financier net	(0,1)	(0,4)	0,3	ns	(1,2)	(1,0)	(0,2)	ns
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>10,1</b>	<b>(13,2)</b>	<b>23,3</b>	<b>ns</b>	<b>84,7</b>	<b>(13,8)</b>	<b>98,5</b>	<b>ns</b>

Au cours des neuf premiers mois de 2017, le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'élève à 1 466,6 millions d'euros (+ 2,8%) ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 1 082,1 millions d'euros (+ 1,6%), croissance qui résulte principalement d'une hausse du chiffre d'affaires des chaînes de la TNT et d'une très bonne performance du parrainage.
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 384,5 millions d'euros, en hausse de 22,4 millions d'euros (+ 6,2%), porté par les bonnes performances des activités digitales et du secteur Studios et Divertissements.

Le résultat opérationnel courant des neuf premiers mois 2017 s'élève à 115,5 millions d'euros, en hausse de 68,9 millions d'euros, principalement due :

- aux effets de la stratégie multichaînes et de la transformation du Groupe,
- à un différentiel de coût d'événements sportifs (36,9 millions d'euros d'économies nettes des programmes de remplacement),
- aux économies récurrentes du plan *Recover* pour 21 millions d'euros.

A fin septembre 2017, le résultat opérationnel du groupe s'établit à 98,0 millions d'euros, après la prise en compte de 17,5 millions d'euros de charges non courantes, correspondant à l'amortissement du *goodwill* affecté dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

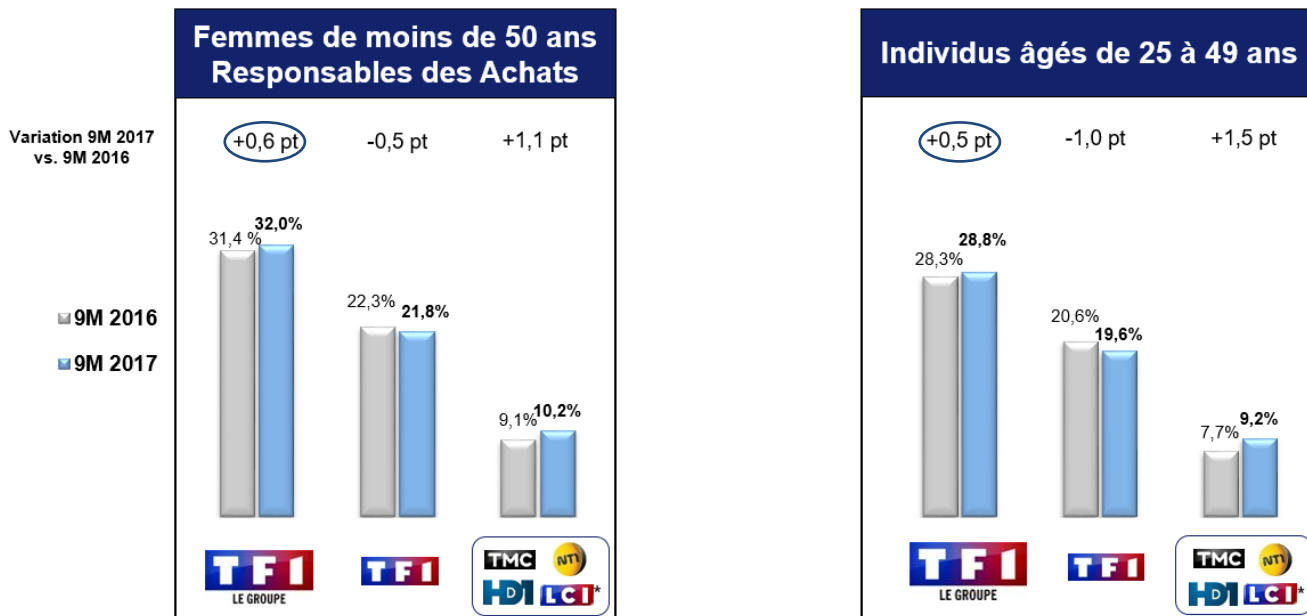
Le résultat net part du groupe s'établit à 84,7 millions d'euros. Il inclut le résultat de la cession de la participation dans Groupe AB.

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

## Audiences Groupe<sup>2</sup>

Au cours des neuf premiers mois 2017, la stratégie multichaînes a permis aux cinq chaînes gratuites<sup>3</sup> du groupe TF1 de réaliser une part d'audience de 32,0 % (+ 0,6 point sur un an) sur les FRDA<50. Sur cette même cible, la progression de l'audience des chaînes de la TNT<sup>4</sup> (10,2 % ; + 1,1 point sur un an) compense largement le recul de la part d'audience de la chaîne TF1 à 21,8 % (- 0,5 point sur un an).

Sur ces neuf premiers mois, la performance des chaînes permet au Groupe de conforter son *leadership* sur cibles et d'accroître l'écart qui le sépare de ses principaux concurrents sur la cible des FRDA<50 (9,6 points au minimum).



\*LCI non pris en compte avant son passage en gratuit le 5 avril 2016

Au cours des neuf premiers mois 2017, la chaîne TF1 est leader sur la cible des FRDA<50 sur chaque partie de journée, notamment en *access*<sup>5</sup> grâce à un renouvellement de ses programmes (*The Wall* au premier semestre, et, depuis le 17 juillet, la saga quotidienne *Demain nous appartient*, produite par Newen Studios, qui a rassemblé en moyenne 3,2 millions de téléspectateurs ; dynamique qui se poursuit avec 3,3 millions de téléspectateurs en moyenne sur les deux premières semaines d'octobre, dont environ 20% en *replay*).

L'audience de la chaîne au mois de septembre 2017 (22,2 % sur la cible des FRDA<50) est en progression par rapport à celle du premier semestre (+ 0,3 point) grâce au retour des marques puissantes de divertissement en *prime-time* (*Koh-Lanta* avec jusqu'à 6,2 millions de téléspectateurs et 43% de part d'audience sur les FRDA<50), au renouvellement des fictions françaises à succès (*La Mante* avec en moyenne 5,6 millions de téléspectateurs et 23 % de part d'audience sur les FRDA<50) et aux événements sportifs (record d'audience pour le match France-Luxembourg avec 8,1 millions de téléspectateurs).

Les chaînes de la TNT<sup>3</sup>, leader sur cibles publicitaires de la TNT sur l'ensemble journée, affichent sur les neuf premiers mois de l'année une hausse de + 1,1 point par rapport à l'an dernier sur les cibles FRDA<50 et de + 1,5 point sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, progression liée à la réussite du repositionnement de TMC qui réalise sur cette période une hausse significative de + 0,9 point sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans et de + 1,2 point sur les Individus CSP+. *Quotidien* est leader des chaînes de la TNT en septembre en *access* avec en moyenne 1,3 million de téléspectateurs.

Les programmes d'information du Groupe réalisent de bonnes performances : les journaux télévisés de la semaine et du week-end confirment leur *leadership* sur les Individus âgés de 4 ans et plus, et LCI réalise, sur les neuf premiers mois de l'année, une part d'audience de 0,7 % sur les Individus âgés de 4 ans et de 0,6 % sur les Individus CSP+, confortant sa position de deuxième chaîne d'information nationale.

MYTF1 réalise une bonne performance sur les neuf premiers mois de l'année avec une hausse de 10 % du nombre de vidéos vues (plus de 930 millions de vidéos vues) soutenue notamment par des programmes phares tels que *The Voice* (72 millions de vidéos vues), *Quotidien* (53 millions de vidéos vues) ou *Demain nous appartient* (52 millions de vidéos vues).

L'authentification requise depuis le 24 avril 2017 pour le visionnage d'émissions intégrales sur les trois écrans digitaux<sup>6</sup> a permis de porter à 16 millions le nombre d'internautes identifiés à fin septembre (+ 3 millions au cours du troisième trimestre 2017).

<sup>2</sup> Source : Médiamétrie.

<sup>3</sup> TF1, TMC, NT1, HD1 et LCI.

<sup>4</sup> TMC, NT1, HD1 et LCI.

<sup>5</sup> 18h-20h.

<sup>6</sup> Mobile, tablette et ordinateur.

## Détail des activités des neuf premiers mois

M€	T1 2017	T1 2016	T2 2017	T2 2016	T3 2017	T3 2016	9m 2017	9m 2016	Var.	Var. %
<b>Antennes</b>	<b>404,1</b>	<b>389,4</b>	<b>451,3</b>	<b>448,7</b>	<b>330,7</b>	<b>323,3</b>	<b>1 186,1</b>	<b>1 161,4</b>	<b>24,7</b>	<b>2,1%</b>
<i>Publicité TV des chaînes gratuites</i>	348,0	341,3	397,2	394,9	284,4	279,7	1 029,6	1 015,9	13,7	1,3%
<i>Autres revenus du secteur Antennes</i>	56,1	48,1	54,1	53,8	46,3	43,6	156,5	145,5	11,0	7,6%
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>94,8</b>	<b>92,5</b>	<b>86,5</b>	<b>94,6</b>	<b>99,2</b>	<b>78,2</b>	<b>280,5</b>	<b>265,3</b>	<b>15,2</b>	<b>5,7%</b>
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>498,9</b>	<b>481,9</b>	<b>537,8</b>	<b>543,3</b>	<b>429,9</b>	<b>401,5</b>	<b>1 466,6</b>	<b>1 426,7</b>	<b>39,9</b>	<b>2,8%</b>
<b>Coûts des Programmes</b>	<b>(233,5)</b>	<b>(232,4)</b>	<b>(248,7)</b>	<b>(265,4)</b>	<b>(211,7)</b>	<b>(218,7)</b>	<b>(693,9)</b>	<b>(716,5) *</b>	<b>22,6</b>	<b>-3,2%</b>
<b>Antennes</b>	<b>26,6</b>	<b>4,9</b>	<b>64,9</b>	<b>33,1</b>	<b>-8,0</b>	<b>-16,5</b>	<b>83,5</b>	<b>21,5</b>	<b>62,0</b>	<b>x3,9</b>
<i>dont Antennes Gratuites</i>	13,9	-3,5	51,9	21,6	-17,7	-25,6	48,1	(7,5)	55,6	ns
<b>Studios et Divertissements</b>	<b>9,7</b>	<b>9,9</b>	<b>6,4</b>	<b>9,6</b>	<b>15,9</b>	<b>5,6</b>	<b>32,0</b>	<b>25,1</b>	<b>6,9</b>	<b>27,5%</b>
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>36,3</b>	<b>14,8</b>	<b>71,3</b>	<b>42,7</b>	<b>7,9</b>	<b>-10,9</b>	<b>115,5</b>	<b>46,6</b>	<b>68,9</b>	<b>x2,5</b>

\* Le coût des programmes des 9M 2016 publié était de 737,4 millions d'euros dont 20,9 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établit à 716,5 millions d'euros.

### Antennes

Le chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes gratuites du Groupe est en progression de 1,3 % sur les neuf premiers mois (+ 1,7% au troisième trimestre), les performances des chaînes TNT, trimestre après trimestre, compensant la baisse du chiffre d'affaires de TF1.

Les autres revenus du secteur Antennes augmentent de 11,0 millions d'euros (+ 7,6 %), traduisant une croissance forte, sur les neuf premiers mois de l'année, de l'interactivité, de la publicité digitale et des chaînes thématiques.

Le coût des programmes s'établit à 693,9 millions d'euros, en diminution de 22,6 millions d'euros par rapport au coût des programmes des neuf premiers mois de 2016, qui s'explique par :

- l'impact (net des coûts des programmes de remplacement) de 36,9 millions d'euros lié à la diffusion des matchs de l'Euro 2016,
- l'absence de prise en compte des coûts de programme de LCI au premier trimestre 2016, avant son passage en clair,
- le réinvestissement dans les programmes (*Quotidien* diffusé sur TMC depuis septembre 2016, diffusion du *Championnat du Monde de Handball* et de la *Coupe des Confédérations* de football au cours du premier semestre, saga quotidienne *Demain Nous Appartient* diffusée depuis le 17 juillet).

Le résultat opérationnel courant des Antennes s'établit à 83,5 millions d'euros, en hausse de 62,0 millions d'euros sur un an.

### Studios et Divertissements

Le chiffre d'affaires des Studios et Divertissements est en hausse de 15,2 millions d'euros sur un an (+ 5,7 %). Cette évolution résulte de :

- l'intégration de Tuvalu Media Group et Blue Spirit,
- la hausse de l'activité de production de Newen Studios dont le cycle de livraison a été plus favorable au troisième trimestre, et qui compense positivement la non-comptabilisation en chiffre d'affaires de la cession des parts de coproduction accordées à certains diffuseurs depuis le début de l'année,
- l'augmentation du chiffre d'affaires de TF1 Studio (sorties d'éditions vidéos physiques et digitales, ainsi que ventes TV).

Le résultat opérationnel de ce secteur s'établit à 32,0 millions d'euros, en progression de 6,9 millions d'euros, dégagant, sur les neuf premiers mois de l'année, une marge opérationnelle de 11,4 %.

### Structure financière

Au 30 septembre 2017, les capitaux propres part du Groupe s'élèvent à 1 514 millions d'euros pour un total bilan de 3 283 millions d'euros.

La trésorerie nette s'établit à 297 millions d'euros à fin septembre 2017, contre 187 millions d'euros au 31 décembre 2016, augmentation due principalement au cash généré par l'activité.

## Perspectives

Au cours des neuf premiers mois de 2017, la croissance de la part d'audience sur cibles des cinq chaînes gratuites du groupe TF1 (+ 0,6 point) et l'accroissement de leur part de marché publicitaire brute génèrent une progression de leur chiffre d'affaires publicitaire (+ 1,3 %), confortant la tendance amorcée depuis la rentrée 2016 et démontrant la pertinence de la stratégie multichaînes.

La contribution croissante du secteur Studios et Divertissement au résultat opérationnel (+ 6,9 millions d'euros) illustre la mise en œuvre de la stratégie multimédias déployée.

Dans un contexte concurrentiel intense en termes de programmation, le quatrième trimestre sera marqué par la diffusion de programmes forts sur toutes les chaînes du Groupe : programmes renouvelés tels que la saga quotidienne *Demain nous appartient*, nouvelles fictions françaises (*Le Tueur du lac*, *Les Chamois*, *Les Bracelets rouges*), et programmes emblématiques (*Koh-Lanta*, *Danse avec les stars*, *Miss France*, *NRJ Music Awards* et la nouvelle émission *Les Enfoirés Kids*).

Au cours du quatrième trimestre 2017, le Groupe poursuivra sa stratégie de monétisation de ses contenus, avec :

- le lancement de Studio 71 France, dans le cadre du partenariat européen autour du MCN<sup>7</sup> Studio 71,
- la mise en œuvre du décrochage publicitaire en Belgique qui permettra aux annonceurs d'adresser le public belge francophone,
- la concrétisation des accords de partenariat européen *EBX*<sup>8</sup> dans le domaine des régies, pour la commercialisation d'inventaires digitaux.

Le groupe TF1 confirme ainsi ses *guidances*, à savoir :

- En 2017, maintien de la part de marché publicitaire, à travers la valorisation des inventaires *premium*, la croissance des chaînes de la TNT et des inventaires digitaux, et réalisation de 25 à 30 millions d'euros d'économies récurrentes (hors coûts des programmes) dans le cadre du plan *Recover*.
- Sur la période 2017-2019, poursuite de la maîtrise des coûts de programmes et de l'optimisation des investissements dans les contenus, pour maintenir le coût annuel moyen des programmes (hors événements sportifs) à 980 millions d'euros pour les cinq chaînes gratuites.
- Amélioration de la rentabilité du groupe TF1, avec un objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019, et une croissance des activités hors publicité des cinq chaînes gratuites qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé 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 des neuf premiers mois de 2017 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>. Une conférence call aura lieu le 30 octobre à 18h30 (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**  
**DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr**  
**@GroupeTF1**



<sup>7</sup> Multi Channel Network

<sup>8</sup> European Broadcaster Exchange.