

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 18 septembre 2018

JOURNÉE INVESTISSEURS DU GROUPE TF1 : « DEMAIN NOUS APPARTIENT »

Le groupe TF1 confirme ses guidances et partage son ambition sur ses nouveaux métiers Le groupe prévoit une amélioration de sa rentabilité sur capitaux engagés à trois ans¹

Le groupe TF1 présente à l'occasion d'une journée investisseurs, sa vision du Groupe pour les prochaines années dans le prolongement de la transformation, et les perspectives qu'elle ouvre en termes de création de valeur. L'objet de cette journée est de partager les ambitions et les axes stratégiques de chacun de ses grands métiers : la diffusion, la production, la distribution de contenus et les activités sur internet.

Le groupe TF1 propose une offre unique de contenus et de services, gratuits et payants qui répond aux nouveaux usages du public.

La télévision demeure le média le plus consommé par les français avec 3 heures et 44 minutes par jour². Elle reste la première plateforme de consommation de contenus vidéo³ : 91% du temps vidéo est consacré à regarder des programmes TV quel que soit l'écran. Pour la cible des 15-24 ans cela représente près de 70% du temps, attestant de leur forte appétence pour les contenus TV. Si la consommation de contenus TV linéaire reste majoritaire, celle délinéarisée est en forte croissance.

Dans un environnement de plus en plus concurrentiel, les chaînes du groupe TF1 sont plus que jamais incontournables comme en témoigne les 47 millions de Français qui les regardent chaque semaine. Ce *reach* atteste de son savoir-faire en termes de connaissance des attentes du public et de sa capacité à délivrer des contenus de qualité, aux bons moments, à un très large public, en s'adaptant à l'évolution des usages et des tendances.

Cette puissance de diffusion des contenus illustre le rôle central du groupe TF1 et de sa régie publicitaire dans la création de valeur instantanée de marque pour les annonceurs, renforcée par l'utilisation de la technologie et de la data.

En complément de la monétisation de sa puissance auprès des annonceurs, le groupe TF1 a su faire évoluer le modèle économique de son cœur de métier à travers sa plateforme MYTF1, la monétisation de ses contenus et services additionnels auprès des opérateurs télécoms et demain grâce à la plateforme OTT Salto.

La transformation du groupe TF1 passe également par une forte accélération sur de nouveaux territoires de croissance, la production et le digital, créateurs de valeur dès aujourd'hui.

Newen, un acteur majeur de la production multigenres avec une base de clients diversifiée.

Depuis l'acquisition par le groupe TF1 en 2016, Newen, premier producteur indépendant en France, a su diversifier et accroître sa base de clients, gage de son expertise reconnue dans tous les genres (de la fiction à l'animation) et dans toutes les gammes (de la production à gros budget à la production à coûts maîtrisés) grâce à son vivier de producteurs indépendants et de talents.

Le groupe Newen est reconnu pour son savoir-faire depuis l'écriture jusqu'à la distribution en passant par la production. Il a pour vocation également de continuer à étendre son empreinte géographique en Europe en capitalisant sur son expertise.

Newen est un groupe rentable et en croissance avec l'ambition de produire plus de 300 heures de fictions en 2019 et de faire croître son volume d'activité sur les trois années à venir après deux années de forte croissance⁴.

¹ ROCE = (ROC courant - impôt théorique + résultat des entités associées) de l'année N / moyenne des capitaux engagés sur les années N et N-1 avec capitaux engagés = capitaux propres y compris minoritaires + dette nette fin de période. Le ROCE du groupe TF1 s'élève à 8,9% en 2017.

² Source : Médiamétrie – données 1^{er} semestre 2018. Individus âgés de 4 ans et plus.

³ Source : Médiamétrie 2017- Estimation basée à partir des panels Médiamat 2017, Global TV avril-juin 2017, Médiamétrie Netratings.

⁴ Croissance de l'activité incluant celle produite pour le groupe TF1.

La création d'un nouveau pôle digital permet au groupe TF1 de proposer une offre complémentaire reposant sur des contenus d'origine web à destination des internautes et de renforcer son offre à destination des annonceurs.

Le rachat du groupe aufeminin⁵ a conduit à la constitution d'un pôle digital rassemblant des marques à forte notoriété (aufeminin, Marmiton, My Little Paris, Livingly Media, MinuteBuzz, Studio71, Beauté Test, ...) reposant sur des thématiques fortes (bien-être, lifestyle, cuisine, beauté, parentalité, ...) auprès d'un public ciblé.

Grâce à la technologie propriétaire et unique développée par Livingly Media, le groupe TF1 se dote d'un outil de commercialisation d'inventaires digitaux optimisant les performances des campagnes et ayant déjà fait ses preuves aux Etats-Unis. De plus, sa capacité à constituer des communautés engagées autour de marques fortes ont permis au groupe de proposer une offre BtoC (*social e-commerce*), ainsi qu'une expertise mise au service des annonceurs dans un mode désintermédié.

L'ambition du pôle digital est de poursuivre la croissance de son chiffre d'affaires avec un objectif de l'ordre de 250 millions d'euros à horizon trois ans et un niveau de marge d'EBITDA d'au moins 15% au terme de cette période.

Afin d'accompagner la croissance organique de ces deux pôles, le groupe annonce consacrer un budget annuel d'investissement en croissance externe de l'ordre de 50 millions d'euros sur trois ans.

Les mouvements amorcés dans le digital et la production permettent au groupe TF1 de réduire sa dépendance au seul marché publicitaire télévisuel français en développant des activités qui offrent d'une part une meilleure visibilité avec des cycles économiques plus longs et d'autre part une plus grande flexibilité, grâce à une structure de coûts plus variables. Le groupe TF1 réaffirme son ambition de croissance des activités hors publicité des cinq chaînes en clair qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé en 2019.

Le Groupe réitère également ses objectifs de progression de son taux de marge opérationnelle courante (hors événements sportifs majeurs) dès 2018 et de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres en 2019.

L'ensemble de ces leviers conduira à l'amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés⁶ à trois ans du groupe TF1.

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

Les détails de connexion pour le webcast sont disponibles sur le site : <https://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs/presentation-des-resultats>

GROUPE TF1

DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr

[@groupetf1](https://twitter.com/groupetf1)



⁵ 95,26% du capital détenu à date et annonce faite le 7 septembre 2018 de l'intention de lancer une offre publique de retrait suivie d'un retrait obligatoire.

⁶ ROCE = (ROC courant - impôt théorique + résultat des entités associées) de l'année N / moyenne des capitaux engagés sur les années N et N-1 avec capitaux engagés = capitaux propres y compris minoritaires + dette nette fin de période. Le ROCE du groupe TF1 s'élève à 8,9% en 2017.