



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 27 avril 2017

RESULTATS DU PREMIER TRIMESTRE 2017

Une part d'audience Groupe en hausse à 32,5 % sur les cibles publicitaires (+ 1,2 point)
Un chiffre d'affaires en progression de 3,5 %
Un résultat opérationnel courant de 36,3 millions d'euros (+ 21,5 millions d'euros)

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 27 avril 2017 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du premier trimestre 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.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T1 2017	T1 2016	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires	498,9	481,9	17,0	3,5%
<i>Publicité groupe TF1</i>	365,1	356,1	9,0	2,5%
<i>Autres activités</i>	133,8	125,8	8,0	6,4%
Résultat opérationnel courant	36,3	14,8	21,5	ns
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	7,3%	3,1%		+4,2pts
Résultat opérationnel	30,5	(19,2)	49,7	ns
Coût de l'endettement financier net	(0,9)	(0,2)	(0,7)	ns
Résultat net part du Groupe	27,7	(13,1)	40,8	ns

Au premier trimestre 2017, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 498,9 millions d'euros en hausse de 17,0 millions d'euros (+ 3,5 %) ; il se compose :

- d'un **chiffre d'affaires publicitaire** Groupe de 365,1 millions d'euros, en hausse de 2,5 %, dont un chiffre d'affaires publicitaire sur les chaînes gratuites en hausse de 2,0 %. Cette croissance du chiffre d'affaires publicitaire résulte notamment d'une hausse du chiffre d'affaires des chaînes de la TNT, d'une très bonne performance du parrainage à la suite du changement de réglementation récent et d'une progression du chiffre d'affaires publicitaire digital.
- d'un **chiffre d'affaires des autres activités** de 133,8 millions d'euros en hausse de 6,4 %, liée à l'augmentation des revenus d'interactivité et du succès de la sortie en salles de films par TF1 Studios.

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe s'élève à 36,3 millions d'euros, en hausse de 21,5 millions d'euros. Cette performance traduit d'une part les effets de la stratégie mise en place depuis la rentrée 2016 en matière de réduction de coûts et d'optimisation de la programmation, d'autre part les effets de décalage de programmation par rapport à l'an dernier (*The Voice*, *Koh-Lanta* et fictions françaises). Au titre du plan *Recover*, le Groupe a enregistré 7 millions d'euros d'économies récurrentes sur le premier trimestre.

Le **résultat opérationnel** du Groupe s'établit à 30,5 millions d'euros, après la prise en compte de 5,8 millions d'euros de charges non courantes, correspondant à l'amortissement du *goodwill* affecté dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios, dans la continuité de l'année 2016.

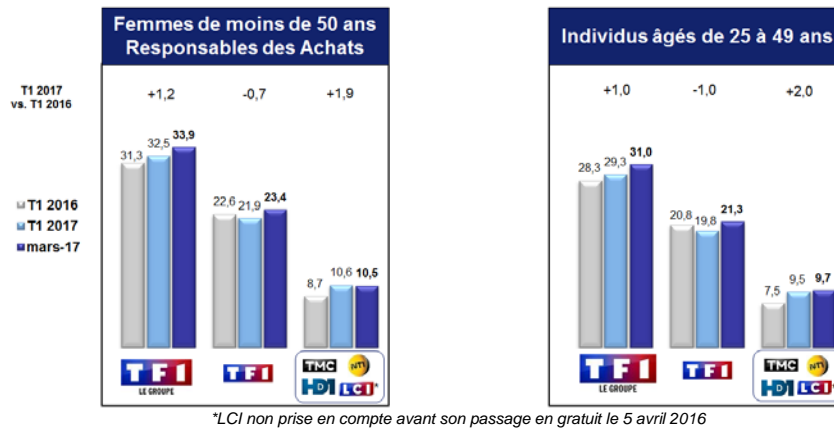
Le **résultat net part du Groupe** s'établit à 27,7 millions d'euros ; il inclut le résultat de la cession de la participation dans Groupe AB.

Audiences¹

Au cours du premier trimestre, le groupe TF1 a poursuivi la mise en place de sa stratégie multichaines ; les cinq chaînes gratuites² réalisent une part d'audience de 28,0 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (+ 0,7 point sur un an). La part d'audience sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats (FRDA<50) est de 32,5 % (+ 1,2 point sur un an). Sur la cible des FRDA<50, le léger recul de la part d'audience de la chaîne TF1 (21,9 % ; - 0,7 point sur un an) est largement compensé par la progression de l'audience du pôle TNT (10,6 % ; + 1,9 point sur un an).

Au cours du trimestre, le Groupe a lancé dix nouvelles marques programmes, sur toutes les parties de journée, et dans tous les genres, notamment *The Wall*, *Louis(e)*, *Les Cerveaux*, *Colony*, *Chicago Med*.

La performance est particulièrement remarquable au mois de mars où la part d'audience du Groupe atteint 33,9 % sur la cible des FRDA<50 (+1,3 point sur un an).



Sur la chaîne TF1, la mise à l'antenne d'un nouveau programme *The Wall* en access³ (3,8 millions de téléspectateurs en moyenne sur le mois, part d'audience de 20 % sur les FRDA<50) ainsi que des programmes de divertissement (*Les Enfoirés* avec 10,6 millions de téléspectateurs, *The Voice* avec jusqu'à 8,1 millions de téléspectateurs et 49 % de part d'audience sur les FRDA<50) ont permis d'améliorer les audiences sur les cibles (part d'audience en mars de 23,4 % sur les FRDA<50).

Le pôle TNT progresse de 2 points par rapport à l'an dernier sur les cibles commerciales (FRDA<50 et Individus âgés de 25 à 49 ans) tout particulièrement en raison du succès de TMC, dans le prolongement des performances réalisées au quatrième trimestre 2016.

LCI est devenue la deuxième chaîne d'information, avec un record historique en mars à 0,7 % de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus.

Le dispositif multi-antennes et multi-plateformes mis en place pour le *Grand Débat* TF1-LCI entre les principaux candidats à l'élection présidentielle a réalisé des performances exceptionnelles sur toutes les plateformes : 9,9 millions de téléspectateurs sur TF1, 345 000 sur LCI, et plus d'un million de spectateurs sur les plateformes Internet (plateforme LCI notamment).

Détail des activités

M€	T1 2017	T1 2016	Var.	Var. %
Antennes	404,1	389,4	14,7	3,8%
Publicité TV des chaînes gratuites	348,0	341,3	6,7	2,0%
Autres revenus du secteur Antennes	56,1	48,1	8,0	16,6%
Studios et Divertissements	94,8	92,5	2,3	2,5%
Chiffre d'affaires consolidé	498,9	481,9	17,0	3,5%
Coûts des Programmes	(233,5)	(232,4) *	(1,1)	0,5%
Antennes	26,6	4,9	21,7	ns
dont Antennes Gratuites	13,9	(3,5)	17,4	ns
Studios et Divertissements	9,7	9,9	(0,2)	-2,0%
Résultat opérationnel courant	36,3	14,8	21,5	ns

* Le coût des programmes du T1 2016 publié était de 247,7 millions d'euros dont 15,3 millions d'euros de charges non récurrentes. Hors charges non récurrentes, il s'établit à 232,4 millions d'euros.

¹ Source : Médiamétrie.

² TF1, TMC, NT1, HD1 et LCI.

³ 18h-21h.

Antennes

Le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites du Groupe est en progression de 2,0 % sur un an (+ 6,7 millions d'euros), grâce aux très bonnes audiences des chaînes de la TNT et aux performances du parrainage. Les autres revenus du secteur Antennes augmentent de 8,0 millions d'euros. Le chiffre d'affaires du digital poursuit sa croissance soutenue au cours du trimestre, l'interactivité progressant de manière forte.

Sur le trimestre, le coût des programmes s'établit à 233,5 millions d'euros. Il est pratiquement stable par rapport au premier trimestre 2016 (- 1,1 million d'euros), traduisant la maîtrise des investissements. Pour rappel, au premier trimestre 2016, il n'intégrait pas le coût des programmes de LCI, dont le passage en clair est intervenu le 5 avril 2016.

Le résultat opérationnel courant des Antennes s'établit à 26,6 millions d'euros, en hausse de 21,7 millions d'euros sur un an. La contribution des Antennes Gratuites progresse de 17,4 millions d'euros sous l'effet de l'accroissement du chiffre d'affaires publicitaire, de la stabilité du coût des programmes et des économies de coûts réalisées dans le cadre du plan *Recover*.

Studios et Divertissements

Le chiffre d'affaires des Studios et Divertissements est en progression de 2,3 millions d'euros sur un an (+2,5%).

Les bons résultats de TF1 Studios compensent un retrait de l'activité de Téléshopping.

Au cours du trimestre, le groupe Newen Studios a procédé à l'acquisition d'une participation majoritaire dans la société de Tuvalu Media Group, premier producteur indépendant aux Pays-Bas, consolidée dès le 1^{er} janvier 2017.

Le résultat opérationnel de ce secteur s'établit à 9,7 millions d'euros.

Structure financière

Au 31 mars 2017, les capitaux propres part du Groupe de TF1 s'élèvent à 1 516 millions d'euros pour un total bilan de 3 214 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à 468 millions d'euros à fin mars 2017, contre 419 millions d'euros au 31 décembre 2016. Cette augmentation s'explique par :

- l'encaissement du produit de la cession de la participation dans le Groupe AB,
- l'investissement réalisé dans la société Studio71,
- l'acquisition de Tuvalu par le groupe Newen Studios.

La trésorerie nette s'établit à 215 millions d'euros à fin mars 2017, contre 187 millions d'euros au 31 décembre 2016.

Perspectives

Au cours du premier trimestre 2017, le groupe TF1 a stabilisé sa part de marché publicitaire brute et confirme son objectif de maintien de sa part de marché publicitaire pour l'ensemble de l'année.

La stratégie mise en place depuis le quatrième trimestre 2016 a permis au Groupe d'atteindre les performances du trimestre avec une croissance du chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes gratuites de 2%, une croissance de sa part d'audience Groupe sur un an et une amélioration de sa rentabilité.

Le deuxième trimestre est marqué par une faible visibilité, une forte volatilité dans les décisions des annonceurs et le contexte des élections présidentielles et législatives.

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

- Maintien de la part de marché publicitaire, à travers la valorisation des inventaires *premium*, la croissance des chaînes de la TNT et les 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 du premier trimestre 2017 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

Une conférence call aura lieu le 27 avril 2017 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 - comcorporate@tf1.fr

DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr

@GroupeTF1

