

Résultats annuels 2025 du groupe TF1

Succès de la stratégie digitale et résilience du Groupe dans un environnement complexe ; atteinte des objectifs révisés 2025

Chiffre d'affaires consolidé de 2 297 millions d'euros, en baisse de 2,5% et quasi-stable à périmètre et change constants :

- Forte croissance du chiffre d'affaires publicitaire de TF1+ (+35,8%)
- Gain de parts de marché en linéaire, atténuant le fort recul du marché (particulièrement au T4)
- Bonne dynamique de Studio TF1 (+9,2%), renforcée par la contribution de Johnson Production Group

Marge des activités de 11,0%, conforme à l'objectif¹

Situation financière renforcée, avec un excédent financier net de 515 M€

Proposition d'un versement de dividende de 0,63€ par action, en hausse de 5% par rapport à l'an dernier (0,60€)

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 12 février 2026 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes du 4^{ème} trimestre 2025. Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1. Les données de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels publiées sont disponibles dans le rapport sur l'information financière de l'année 2025 accessible sur le site : www.groupe-tf1.fr.

(M€)	T4 2025	T4 2024	VAR	FY 2025	FY 2024	VAR
Média	535	612	-12,6%	1 921	2 011	-4,5%
Chiffre d'affaires publicitaire	453	497	-9,0%	1 574	1 644	-4,3%
dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+	64	50	+26,9%	198	146	+35,8%
Chiffre d'affaires Média hors publicité	83	115	-28,4%	347	368	-5,6%
Studio TF1	164	153	+7,0%	376	345	+9,2%
Chiffre d'affaires consolidé^a	699	765	-8,7%	2 297	2 356	-2,5%
Média	41	68	-27	212	259	-47
Studio TF1	20	31	-11	40	38	+2
Résultat opérationnel courant des activités	61	99	-38	252	297	-45
Marge des activités	8,7%	12,9%	-4,2 pts	11,0%	12,6%	-1,6 pts
Résultat opérationnel courant	59	93	-33	242	289	-47
Résultat opérationnel	58	93	-35	233	271	-38
Résultat net part du Groupe (hors surtaxe exceptionnelle)	30	60	-30	168	206	-38
Surtaxe exceptionnelle ^b	0	0	0	-15	0	-15
Résultat net part du Groupe (dont surtaxe exceptionnelle)	30	60	-30	153	206	-53
Coût des programmes	-305	-315	+10	-967	-986	+19
Excédent financier net^c	515	506	+9	515	506	+9

^a -0,8% à périmètre et change constants, à fin décembre (-2,3% pour Média et +6,5% pour Studio TF1 à périmètre constant)

^b Contribution exceptionnelle relative à l'impôt sur les sociétés françaises prévue par la loi de finances pour 2025

^c N'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes

¹ Révisé lors de l'annonce des résultats du troisième 2025, le 30 octobre 2025 (marge des activités comprise entre 10,5% et 11,5%, contre un niveau proche de 2024 auparavant)

Résultats annuels

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 s'élève à 2 297 millions d'euros en 2025, en retrait de 2,5% sur un an, et quasi-stable à périmètre et change constants (-0,8%). Cette baisse s'explique par un contexte publicitaire dégradé (particulièrement au quatrième trimestre) ayant impacté le pôle Média (-4,5% sur un an, à 1 921 millions d'euros). Le chiffre d'affaires de Studio TF1 s'établit à 376 millions d'euros, en progression de 9,2%, portée notamment par la contribution de Johnson Production Group (JPG).

Le résultat opérationnel courant des activités (ROCA) s'élève à 252 millions d'euros, en recul de 45 millions d'euros sur un an. Cette variation est essentiellement liée à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire, fortement contributeur au ROCA. La marge des activités s'élève à 11,0%, en ligne avec l'objectif révisé lors de la publication des résultats du troisième trimestre 2025.

En 2025, le Groupe a poursuivi la gestion active de son portefeuille, avec la cession de My Little Paris et de Play Two durant l'été, et la signature d'un partenariat avec Sony Music Publishing sur des actifs musicaux au quatrième trimestre. L'ensemble de ces opérations a généré 38 millions d'euros de plus-values en 2025.

Le résultat opérationnel s'élève à 233 millions d'euros. Il intègre 10 millions d'euros de charges d'amortissements des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'acquisition de JPG, et 9 millions d'euros de charges non courantes essentiellement liées au plan d'accélération digitale du Groupe.

Le résultat net part du Groupe hors surtaxe exceptionnelle s'élève à 168 millions d'euros, en baisse de 38 millions d'euros. Par rapport à l'an dernier, il intègre notamment une baisse de la rémunération de la trésorerie (en lien avec la baisse des taux de marché) ainsi que de la quote-part de résultat net des sociétés mises en équivalence (reflétant essentiellement la dépréciation d'une participation chez Studio TF1).

L'impact de la loi de finances pour 2025 est de 15 millions d'euros.

L'excédent financier net s'établit à 515 millions d'euros à fin décembre 2025, en hausse de 9 millions d'euros sur un an.

Analyse par secteur

Média

- **Audiences²**

L'année 2025 confirme la position de leader du groupe TF1, à la fois sur l'ensemble du public et auprès des jeunes générations. Les contenus du Groupe ont généré près de 17 milliards d'heures vues et ont touché 60 millions de téléspectateurs chaque mois – soit 94% des Français – une couverture inégalée par aucun autre média. Le Groupe a touché 15 millions de jeunes de 15 à 34 ans chaque mois, soit 97% de cette tranche d'âge.

Le groupe TF1 a progressé sur toutes ses cibles stratégiques sur un an : +0,4 pt chez les 4+ (à 27,2% de part d'audience), +1,0 pt chez les FRDA<50 ans (à 34,5% de part d'audience) et +0,4 pt chez les 25-49 ans (à 30,9% de part d'audience).

La chaîne TF1 réalise 43 des 50 meilleures audiences sur ses cibles commerciales FRDA<50 ans et 25-49 ans, et chez les jeunes de 15-34 ans. Elle s'est distinguée par une performance éditoriale unique sur le marché français avec notamment la première audience en fiction (*HPI* avec 7,8 millions de téléspectateurs), en divertissement (*Les Enfoirés* avec 8,4 millions de téléspectateurs), ou encore en cinéma (*Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre* avec 5,5 millions de téléspectateurs).

² Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie

Ainsi, **TF1 maintient son leadership sur toutes les cibles³** et garde un **écart significatif avec son principal concurrent commercial** :

- +9,5 pts chez les FRDA <50, avec une part d'audience de 22,9% ;
- +7,8 pts chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, avec une part d'audience de 20,2%.

L'information du Groupe, essentielle au débat démocratique, s'est encore renforcée :

- Les journaux (13h et 20h) renforcent leur leadership par rapport à leur concurrent direct ;
- *Bonjour!* enregistre la plus forte progression de l'année parmi les matinales d'information pour atteindre 12% de part d'audience (4+), devenant la deuxième matinale de France ;
- Portée par sa ligne éditoriale différenciante avec une priorité donnée à l'analyse et au décryptage de l'actualité internationale, de la politique et de l'économie, LCI enregistre une part d'audience supérieure à 2% chez les 4+ depuis son passage sur le canal 15 de la TNT⁴. Il s'agit de la plus forte progression pour une chaîne d'information depuis la renumérotation.

• TF1+

Après seulement deux ans d'existence, **TF1+ est devenue la plateforme de streaming gratuite de référence** pour les francophones, avec des **succès enregistrés sur l'ensemble des piliers** de valeur :

- **Notoriété : TF1+ atteint 81%⁵** de notoriété assistée, contre 78% à fin 2024.
- **1^{ère} visibilité** : l'application est en 1^{ère} visibilité pour **69%** des foyers possédant une TV connectée⁶, contre 58% à fin 2024.
- **Consommation :**
 - TF1+ propose à tout moment plus de **35 000 heures de programmes** incluant les contenus tiers agrégés (Arte, Deezer, L'Equipe, Le Figaro.TV, A+E Networks, LCP-Public Sénat).
 - La plateforme a rassemblé en moyenne **38 millions de streamers** mensuels en 2025 (contre 33 millions en 2024) avec un record à 42 millions au mois d'octobre.
 - Ainsi, **1,2 milliard d'heures⁷ ont été visionnées** sur TF1+ en 2025, soit près de 25% de plus que chez le deuxième acteur. **En vision site centric⁸, la consommation ressort en progression de 12% sur un an.**
- **Durée de publicité : 5 minutes et 14 secondes par heure** sont diffusées en moyenne sur TF1+ (+15% vs 2024), avec un objectif de l'ordre de 6 minutes à terme.
- **Monétisation : le CPM s'établit à 13,5€ en moyenne** (-1% vs 2024), avec un objectif d'environ 15€ à terme.

Les offres de **micro-paiement** ont réalisé des débuts prometteurs depuis leur lancement en septembre, avec environ 700 000 transactions réalisées à fin 2025 sur un nombre de programmes initialement limité et avec un déploiement encore partiel sur les box des opérateurs télécom.

³ Cibles 4+, FRDA<50 et Individus 25-49

⁴ Suite au changement de numérotation en vigueur depuis le 6 juin

⁵ Baromètre image TF1+ | Panel Toluna en décembre 2025

⁶ Panel BVA Janvier 2026 - Première visibilité de TF1+ sur les télévisions connectées en % des foyers - TV connectée = Smart TV + box opérateurs + Chromecast/Apple TV etc

⁷ Selon Médiamétrie

⁸ Inclut tous les usages streaming non mesurés par Médiamétrie (contenus spécifiques AVOD, contenus agrégés, consommation hors France) / Hors Live / Hors Canal+, Molotov et Apps OTT FAI

- **Le chiffre d'affaires du secteur Média** s'établit à 1 921 millions d'euros en 2025, en retrait de 4,5% sur un an (-2,3% à périmètre constant) :
 - **Le chiffre d'affaires publicitaire** s'élève à 1 574 millions d'euros, soit -4,3% sur un an.
Sur le linéaire, la baisse structurelle du marché publicitaire a été exacerbée par un environnement instable tout au long de l'année, particulièrement au quatrième trimestre en lien avec le contexte politique et fiscal en France. Toutefois, cette baisse a été partiellement compensée par une hausse de la part de marché du Groupe, démontrant la pertinence de l'offre commerciale de la régie publicitaire.
 Dans ce contexte difficile, **TF1+ continue de démontrer son attractivité pour les annonceurs**. Pour la deuxième année consécutive, son chiffre d'affaires publicitaire a augmenté de **près de 40%, et atteint 198 millions d'euros** en 2025.
Le chiffre d'affaires digital du Groupe, comprenant également le chiffre d'affaires publicitaire lié à TF1info.fr et à la TV Segmentée, ainsi que les revenus liés aux abonnements (TF1+ Premium) et au micro-paiement⁹, s'élève à 249 millions d'euros en 2025.
 - **Le chiffre d'affaires Média hors publicité** s'élève à 347 millions d'euros, en baisse de 5,6%. Après une progression sur les neuf premiers mois de l'année en lien avec les bonnes performances de l'interactivité et du pôle musique et spectacles, la baisse du chiffre d'affaires en fin d'année s'explique essentiellement par la déconsolidation de Play Two et de My Little Paris.
- **Le coût des programmes** du Groupe s'élève à 967 millions d'euros à fin décembre. La baisse de 19 millions d'euros sur un an reflète notamment l'effet de base lié à l'EURO de football masculin en 2024 et des économies réalisées sur le quatrième trimestre dans un contexte de marché publicitaire dégradé.
- **Le résultat opérationnel courant des activités du pôle Média** s'établit à 212 millions d'euros. L'incidence de la baisse du chiffre d'affaires publicitaire a été limitée par un contrôle strict des coûts et une gestion active du portefeuille d'activités, ayant notamment permis de préserver les ressources essentielles à la deuxième phase d'accélération stratégique du Groupe. **La marge des activités du pôle Média** ressort ainsi à 11,0%.

Studio TF1

- **Le chiffre d'affaires de Studio TF1** s'établit à 376 millions d'euros en 2025, en progression de 9,2% sur un an. Il intègre une contribution de 44 millions d'euros de JPG (contre 24 millions d'euros l'an dernier¹⁰).
 Hors JPG, l'activité de Studio TF1 est en progression en 2025. Elle a été marquée par :
 - La diffusion du feuilleton *Tout pour la lumière* sur TF1 et Netflix;
 - La production de la version flamande du divertissement *Danse avec les Stars*;
 - Des livraisons pour des plateformes telles que le documentaire *De rockstar à tueur : Le cas Cantat* pour Netflix, et en fiction la troisième saison de *Memento Mori* pour Prime Video, *Merteuil* pour HBO Max et *Girl Taken* pour Paramount+;
 - Des succès en salles des films *Y'a pas de réseau*, *Avignon* et *Chasse gardée 2*.
- **Le résultat opérationnel courant des activités de Studio TF1** s'établit à 40 millions d'euros en 2025, en hausse de 2 millions d'euros sur un an. **La marge des activités de Studio TF1** ressort à 10,7%, proche du niveau de l'an dernier.

⁹ Les utilisateurs peuvent bénéficier depuis septembre de nouvelles fonctionnalités sur TF1+, permettant un accès à la carte à une diversité d'œuvres et de contenus de haute qualité, sans coupure publicitaire, disponibles en contrepartie du paiement d'une somme modeste

¹⁰ Pour rappel, JPG a été consolidé dans les comptes de Studio TF1 à compter du troisième trimestre 2024

Structure financière

A fin 2025, le groupe TF1 dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 515 millions d'euros, en hausse de 9 millions d'euros sur un an.

L'évolution de l'excédent financier net reflète essentiellement la génération d'un cash-flow libre avant BFR de 85 millions d'euros et de 102 millions d'euros après BFRs, le versement par TF1 du dividende en avril pour 127 millions d'euros, et les cessions réalisées pour 21 millions d'euros.

Dividende

Conformément à l'objectif fixé depuis février 2024 de viser une politique de dividendes en croissance, confirmé lors de la publication des résultats du troisième trimestre 2025, le Conseil d'Administration proposera à l'Assemblée Générale des actionnaires du 16 avril 2026 **le versement d'un dividende de 0,63 euro par action, soit +5% par rapport à l'an dernier et +40% vs 2021.**

Gouvernance

Après avoir recueilli l'avis du Comité de Sélection et des Rémunérations, **le Conseil d'Administration propose la nomination de Monsieur Cyril Bouygues en remplacement de Monsieur Olivier Bouygues** dont le mandat arrive à échéance à l'issue de la prochaine Assemblée Générale.

Le Conseil d'Administration resterait ainsi composé de trois administrateurs indépendants, soit une proportion de 37,5% (supérieure au tiers recommandé par le Code AFEP/MEDEF), et de cinq femmes, soit une proportion de 55% (supérieure au taux de 40% requis par le Code de commerce)¹¹.

Perspectives

Dans un environnement vidéo marqué par une évolution rapide des usages, l'ambition du Groupe est de s'établir comme la destination premium de référence sur l'écran de télévision pour le divertissement familial et l'information de qualité en langue française.

Les axes stratégiques du Groupe se déclinent de la manière suivante :

- Renforcer le leadership du Groupe sur le marché publicitaire linéaire ;
- Devenir la première plateforme de streaming gratuite en France et dans la francophonie ;
- Ancrer Studio TF1 sur la scène internationale, en tirant profit de la puissance de la marque TF1.

Sur le pôle Média, le groupe TF1 continuera de proposer la meilleure offre de divertissement gratuite, familiale, et sérialisée. Le premier trimestre 2026 verra notamment le retour des grandes franchises *Koh-Lanta*, *Danse avec les Stars* et *The Voice*, fortement consommées en digital (notamment par les cibles jeunes). Côté fiction, la série événement *Cat's Eyes* fera son retour pour sa deuxième saison.

Le Groupe proposera aussi tout au long de l'année une offre sportive diversifiée avec notamment la diffusion d'une grande partie des matchs du Tournoi des 6 Nations et du Nations Championship (rugby), de matchs amicaux de l'équipe de France et de la Ligue des Nations (football), et de la Coupe du monde féminine de basketball.

¹¹ Pour la détermination du pourcentage d'administrateurs indépendants, les administrateurs représentant les salariés ainsi que l'administratrice représentant les salariés actionnaires ne sont pas pris en compte ; pour la proportion de femmes, les administrateurs représentant les salariés ne sont pas pris en compte

Sur le plan publicitaire, 2026 sera une année de transformation pour la régie. Après avoir modifié en 2025 l'indice pivot de référence des spots, le Groupe a refondu dès le 1^{er} janvier 2026 son offre commerciale linéaire avec une nouvelle segmentation plus adaptée aux attentes du marché, permettant notamment de sanctuariser les écrans puissants de Prime-Time de TF1.

Un autre axe de cette transformation a été le lancement de TF1 Ad Manager en janvier 2026, une plateforme unifiée destinée aux agences et aux annonceurs afin de simplifier l'achat et le pilotage de campagnes publicitaires (en TV ou en digital). La plateforme intègre l'intelligence artificielle à chaque étape du parcours, permettant notamment d'assister les clients dans la création de contenus publicitaires. Cette plateforme a également pour objectif d'adresser un nouveau segment de marché en rendant accessible la télévision aux PME et aux réseaux commerciaux, à travers un parcours dédié (lancement prévu en avril 2026).

Après avoir lancé TF1+ en janvier 2024 et l'avoir positionnée auprès du marché publicitaire comme une alternative premium à YouTube, **le Groupe est entré dans la deuxième phase de son plan stratégique**, avec pour priorités en 2026 :

- **La montée en puissance du micro-paiement**, dont les résultats depuis son lancement en septembre 2025 sont très prometteurs. En 2026, le Groupe enrichira le catalogue de contenus éligibles et renforcera l'éditorialisation autour de ces offres pour maximiser leur visibilité auprès des streamers. En outre, le déploiement du micro-paiement sur les box des opérateurs télécom se poursuivra, et comprendra des solutions de paiement intégrées pour faciliter le parcours d'achat.
- **L'extension de la distribution des contenus du Groupe, avec la concrétisation durant l'été 2026 de l'accord inédit signé avec Netflix.**

Tous les abonnés de Netflix en France pourront regarder les chaînes du groupe TF1 et les contenus à la demande de TF1+, directement sur Netflix. Cette alliance sans précédent permettra au Groupe d'augmenter sa couverture en touchant des audiences complémentaires à sa plateforme TF1+ et d'ouvrir de nouveaux horizons publicitaires.

Pour Studio TF1, l'activité sera concentrée sur le deuxième semestre, comme les années précédentes, notamment en lien avec le calendrier de livraisons de Studio TF1 America¹².

L'année 2026 sera notamment marquée par le lancement de la nouvelle activité de distribution en salles, avec 4 films déjà programmés (dont le biopic de Jean Moulin avec Gilles Lellouche). Ce développement marque une étape clé pour le Groupe, en permettant à Studio TF1 d'accompagner ses œuvres de la production jusqu'à leur sortie.

Fort de sa stratégie, de ses nouvelles initiatives digitales, et de sa situation financière solide, les objectifs du Groupe sont les suivants :

- **Croissance soutenue à deux chiffres du chiffre d'affaires digital en 2026 ;**
- **Viser une politique de dividendes en croissance dans les prochaines années.**

Dans un contexte d'évolution rapide des usages et compte-tenu d'un environnement macro-économique et politique demeurant instable, le marché de la publicité linéaire devrait rester sous forte pression en 2026.

Dans cette phase de transition vers le digital, le Groupe entend maintenir en 2026 sa marge des activités hors plus-values à un niveau « mid-to-high single digit », selon l'évolution du marché linéaire.

¹² JPG et Reel One

Le rapport sur l'information financière de 2025 est disponible sur le site www.groupe-tf1.fr/.

Un webcast de présentation des résultats aura lieu le 12 février 2026 à partir de 18h30 (CET). Les détails de connexion sont disponibles sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs/resultat-et-publication>, rubrique « Accédez aux résultats de l'exercice ».

Contact

Direction des relations investisseurs
comfi@tf1.fr

Direction de la communication corporate
communicationcorporate@tf1.fr

À propos du groupe TF1

Le groupe TF1 est un leader français des médias, présent dans la télévision linéaire, le streaming et la production audiovisuelle. Sa priorité est de construire un modèle lui permettant de financer durablement la meilleure offre de divertissement gratuite et d'information de qualité. Chaque mois, 60 millions de Français plébiscitent ses programmes via ses chaînes en clair, et 38 millions en streaming sur TF1+. Son pôle Studio TF1 (ex-Newen Studios) qui réunit plus de 50 sociétés et labels en France et à l'international, est un acteur référent de la production et de la distribution. #LesFrançaisEnsemble



Certifié avec **wiztrust**