

Résultats du S1 2026 du groupe TF1

Résultats supérieurs aux attentes : marge des activités de 12,3% au T2 et 7,8% au S1

Chiffre d'affaires consolidé de 993 M€, en baisse de 6% à périmètre et change constants :

- Forte croissance du digital, dont +19% de publicité sur TF1+ ; contribution attendue des nouvelles initiatives au second semestre, notamment grâce au lancement réussi du partenariat avec Netflix
- Linéaire : TF1 conserve son leadership d'audience et maintient globalement sa part de marché publicitaire¹ dans un marché en recul et dans le contexte exceptionnel de la Coupe du Monde de football en juin
- Léger repli de Studio TF1, l'activité étant concentrée sur le second semestre

Niveau de rentabilité validant les choix effectués par le Groupe dans un contexte publicitaire et réglementaire difficile

Situation financière solide, avec un excédent financier net de 432 M€

Maintien des objectifs 2026, dans un contexte de visibilité toujours limitée

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 24 juillet 2026 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes du 1er semestre 2026. Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1.

(M€)	T2 2026	T2 2025	VAR	S1 2026	S1 2025	VAR
Média	455	514	-11,4%	869	975	-10,8%
Chiffre d'affaires publicitaire	377	419	-10,0%	714	782	-8,7%
dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+	60	52	+15,7%	109	92	+18,6%
Chiffre d'affaires Média hors publicité	78	95	-17,7%	156	193	-19,4%
Studio TF1	67	69	-3,3%	124	128	-3,1%
Chiffre d'affaires consolidé^a	521	583	-10,5%	993	1103	-9,9%
Média	65	81	-16	81	125	-44
Studio TF1	-1	7	-8	-4	6	-10
Résultat opérationnel courant des activités	64	88	-24	77	131	-54
Marge des activités	12,3%	15,0%	-2,8 pts	7,8%	11,9%	-4,1 pts
Résultat opérationnel courant	62	86	-24	74	124	-50
Résultat opérationnel	60	83	-23	70	119	-49
Résultat net part du Groupe (hors surtaxe exceptionnelle)	48	66	-18	56	93	-37
Surtaxe exceptionnelle ^b	-2	-3	+1	-5	-14	+10
Résultat net part du Groupe (dont surtaxe exceptionnelle)	46	63	-17	51	78	-28
Chiffre d'affaires digital^c	74	63	+16,8%	134	114	+17,1%
Coût des programmes	-211	-230	+19	-433	-451	+19
Excédent financier net^d	432	473	-41	432	473	-41

^a -6,4% à périmètre et change constants, à fin juin (-7,1% pour Média et -3,0% pour Studio TF1 à périmètre constant)

^b Contribution exceptionnelle relative à l'impôt sur les sociétés françaises

^c Total du chiffre d'affaires issu des revenus publicitaires de TF1+, TF1Info.fr et de la TV segmentée, des revenus d'abonnement (TF1+ Premium) et du micro-paiement

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

Résultats du premier semestre

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 s'élève à 993 millions d'euros au premier semestre 2026, en retrait de 9,9% sur un an et de 6,4% à périmètre et change constants. La baisse du pôle Média (-10,8% sur un an, à 869 millions d'euros) s'explique par des effets de périmètre (-39 millions d'euros, en lien avec les cessions réalisées en 2025), et par un contexte publicitaire toujours dégradé. Le chiffre d'affaires de Studio TF1 s'établit à 124 millions d'euros, en légère baisse de 3,1% en raison d'un effet de saisonnalité plus marqué cette année.

Le résultat opérationnel courant des activités (ROCA) s'élève à 77 millions d'euros, supérieur aux attentes. Il est en recul de 54 millions d'euros sur un an. Cette variation est essentiellement liée à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire, fortement contributeur au ROCA, partiellement compensée par des arbitrages sur le coût des programmes et un contrôle strict des autres coûts. La marge des activités ressort à 7,8% au premier semestre, en ligne avec l'objectif annuel, et à 12,3% au deuxième trimestre, validant le choix du Groupe de préserver sa rentabilité dans un contexte publicitaire et réglementaire difficile.

Le résultat opérationnel s'élève à 70 millions d'euros. Il intègre 3 millions d'euros de charges d'amortissements des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'acquisition de JPG, et 4 millions d'euros de charges non courantes liées au plan d'accélération digitale du Groupe.

Le résultat net part du Groupe hors surtaxe exceptionnelle s'élève à 56 millions d'euros, en retrait de 37 millions d'euros sur un an. **L'impact de la loi de finances pour 2026** est de 5 millions d'euros (dont 3 millions d'euros liés à l'exercice 2025 et déjà comptabilisés au premier trimestre).

L'excédent financier net s'établit à 432 millions d'euros à fin juin 2026, en repli de 41 millions d'euros sur un an.

Analyse par secteur

Média

- **Audiences²**

Au premier semestre 2026, malgré un fort contexte concurrentiel (avec notamment les Jeux Olympiques d'hiver et la Coupe du Monde de football), le groupe TF1 maintient son leadership sur ses cibles commerciales (FRDA<50 ans et 25-49 ans).

La chaîne TF1 s'est distinguée par une programmation puissante dans tous les genres : en divertissement avec *La Ballade des Enfoirés* (7,9 millions de téléspectateurs), en sport avec le Tournoi des Six Nations (jusqu'à 7,3 millions de téléspectateurs pour Pays de Galles-France), ou encore en fiction avec *L'Été 36* (jusqu'à 5,7 millions de téléspectateurs).

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

- +8,1 pts chez les FRDA <50, avec une part d'audience de 21,9% ;
- +5,9 pts chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, avec une part d'audience de 19,3%.

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

- Les journaux télévisés du 13 heures et du 20 heures maintiennent de forts écarts avec leur concurrent direct (respectivement +2,0 millions et +1,2 millions de téléspectateurs) ;
- Grâce à une ligne éditoriale élargie et ses interviews politiques, LCI réalise une part d'audience 4+ record de 2,6% au cours du premier semestre (+0,8 pt sur un an) et enregistre son meilleur mois historique en mars avec 3,2% ;

² Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie

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

- *Bonjour !* est maintenant installée en tant que 2^{ème} matinale de France avec une part d'audience 4+ de près de 13% (+2,2 pts sur un an).
- **TF1+**
 - TF1+ rassemble 42 millions de streamers par mois en moyenne au premier semestre (avec un **record de 44 millions** en juin) ;
 - 573 millions d'heures ont été visionnées sur TF1+ au premier semestre selon Médiamétrie. En vision site centric⁴, la consommation ressort en progression de 6,6% sur un an ;
 - Le lancement de TF1+ sur Netflix a amplifié ses audiences, et porté le nombre de streamers uniques quotidiens à un niveau record de 8,3 millions le 25 juin, avec la finale de *Koh-Lanta* et le lancement de *Secret Story* (qui a figuré dans le top 10 Netflix).
- **Le chiffre d'affaires du secteur Média** s'établit à 869 millions d'euros au premier semestre 2026, en retrait de 10,8% sur un an (-7,1% à périmètre constant) :
 - **Le chiffre d'affaires publicitaire** s'élève à 714 millions d'euros, soit -8,7% sur un an. La baisse structurelle du marché publicitaire linéaire est amplifiée par l'environnement particulièrement instable pour les annonceurs en raison du conflit au Moyen-Orient. Par ailleurs, comme attendu, le Groupe a fait face en juin à un environnement concurrentiel exceptionnel lié à la Coupe du Monde de football. Dans ce contexte, la régie publicitaire est parvenue à maintenir son leadership avec une part de marché proche de celle de l'an dernier, bénéficiant notamment du succès de la nouvelle offre TF1 Prime⁵ valorisant les écrans les plus puissants de TF1.
TF1+ délivre une croissance solide de **son chiffre d'affaires publicitaire** qui s'établit à 109 millions d'euros au premier semestre (+18,6% sur un an). Le second semestre bénéficiera de la montée en puissance des audiences sur Netflix et de l'offre destinée aux PME.
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 d'abonnements (TF1+ Premium) et de micro-paiement, s'élève à 134 millions d'euros, en hausse de 17,1% sur un an.
Plus de 800 000 opérations de micro-paiement ont été réalisées depuis le début de l'année, avec le déploiement progressif de l'offre chez les opérateurs télécom (lancement sur les box éligibles du parc SFR en février 2026 et de Bouygues Telecom fin juin 2026).
 - **Le chiffre d'affaires Média hors publicité** s'élève à 156 millions d'euros, en baisse de 19,4%, mais en légère croissance hors effets de périmètre (liés pour l'essentiel aux cessions de My Little Paris et Play Two en 2025).
 - **Le coût des programmes** du Groupe s'élève à 433 millions d'euros à fin juin 2026, en repli de 19 millions d'euros sur un an. Pour rappel, le Groupe avait maintenu une programmation premium au premier trimestre pour soutenir le lancement de la nouvelle segmentation de l'offre commerciale TF1 Prime/TF1 Reach. Au deuxième trimestre, le Groupe a su s'adapter à un marché dégradé et à un contexte concurrentiel exceptionnel.
 - **Le ROCA du pôle Média** s'établit à 81 millions d'euros au premier semestre. La maîtrise des coûts a permis de limiter l'impact de la forte baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire. La marge des activités du pôle Média ressort ainsi à 14,3% au deuxième trimestre et à 9,3% sur les six premiers mois de l'année.

⁴ Délinéaire hors Live / avec TF1+ Premium / hors applications opérateurs – inclut tous les usages streaming non mesurés par Médiamétrie (contenus spécifiques AVOD, contenus agrégés, consommation hors France)

⁵ Offre commerciale centrée sur les écrans premium de la chaîne en *prime time*, maximisant la performance instantanée

Studio TF1

- Studio TF1 ressort au premier semestre 2026 avec un **chiffre d'affaires** en léger repli sur un an (-4 millions d'euros), à 124 millions d'euros.

Studio TF1 a poursuivi les livraisons à ses partenaires historiques en France (*Zodiaque* pour TF1 et *A Priori* pour France Télévisions), tout en continuant ses collaborations à l'international (*Hunting Alice Bell* pour Channel 4 et *The Teacher* pour Channel 5) et notamment avec des plateformes pour diversifier son mix clients (*Day One* et *L'affaire Cécile Giboire* pour Prime Video).

Par ailleurs, le semestre a été marqué par le succès en salles de *Pour le Plaisir*, premier film distribué au cinéma par Studio TF1 (plus de 700 000 entrées et fort potentiel à l'international).

- **Le ROCA de Studio TF1** s'établit à -4 millions d'euros au premier semestre 2026, en baisse de 10 millions d'euros par rapport à l'an dernier.
Cette évolution reflète des effets de base notamment liés à des livraisons pour Netflix en 2025 (*Blind Sherlock*, *Tout pour la lumière*, *De rockstar à tueur : le cas Cantat*), ainsi qu'à un calendrier de livraisons de téléfilms davantage concentré sur le second semestre cette année.

Structure financière

A fin juin 2026, le groupe TF1 dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 432 millions d'euros, en baisse de 41 millions d'euros sur un an.

Depuis le début de l'année, l'excédent financier net baisse de 83 millions d'euros, reflétant essentiellement le versement par TF1 du dividende en avril pour 132 millions d'euros et la génération d'un cash-flow libre avant BFR de 55 millions d'euros et de 57 millions d'euros après BFRs.

Perspectives

Sur le pôle Média, le groupe TF1 continuera de proposer la meilleure offre de divertissement gratuite, familiale, et sérialisée. Le second semestre 2026 verra notamment la diffusion :

- Des franchises emblématiques comme *Koh-Lanta* et *Star Academy*, fortement consommées en digital (notamment par les cibles jeunes).
- Des fictions premium comme la saison 2 de *Cat's Eyes*, et des nouveautés incluant *La Cible* et *La Comtesse de Monte Cristo*.
- Une offre de sport solide avec notamment la diffusion des matchs de l'équipe de France de football à l'issue de la Coupe du Monde et du *Nations Championship* (rugby) dont plusieurs affiches du XV de France.

Pour rappel, **les priorités du Groupe en 2026 pour le pôle Média** sont :

- **L'extension de la distribution des contenus du Groupe, avec la concrétisation depuis fin juin de l'accord inédit signé avec Netflix, dont le démarrage dépasse les attentes.**
- **Le développement du chiffre d'affaires réalisé avec les PME et les réseaux commerciaux** (segment de marché *mid-tail*) via la plateforme TF1 Ad Manager, suite au lancement d'une offre dédiée en avril.
- **L'adoption croissante du micro-paiement**, avec son déploiement progressif sur les box des opérateurs télécom et l'implémentation de solutions de paiement intégrées pour faciliter le parcours d'achat.

Pour Studio TF1, l'activité sera concentrée sur le second semestre, comme les années précédentes, notamment en lien avec le calendrier de livraisons de Studio TF1 America⁶.

Par ailleurs, la nouvelle activité de distribution en salles poursuivra sa montée en puissance, avec quatre films supplémentaires programmés sur le second semestre 2026 (dont le biopic de Jean Moulin avec Gilles Lellouche, sélectionné en Compétition officielle au Festival de Cannes). 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 en salles.

Maintien des objectifs 2026, dans un contexte de visibilité toujours limitée

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 reste 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.

Les comptes consolidés et annexes du S1 2026 sont disponibles sur le site www.groupe-tf1.fr/.

Un webcast de présentation des résultats aura lieu le 24 juillet 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



Certifié avec **wiztrust**[®]

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 42 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

⁶ JPG et Reel One