

Résultats des neuf premiers mois 2026 du groupe TF1

Chiffre d'affaires consolidé de 1 454 M€ à fin septembre, en recul de 6,6% à périmètre et change constants, avec un T3 marqué par :

- **Digital : accélération de la croissance de la publicité sur TF1+ (+20,5%), portée par la contribution du partenariat avec Netflix**
- **Linéaire : leadership de parts d'audience¹ et de parts de marché publicitaire² renforcé depuis la fin de la Coupe du Monde, dans un marché sous forte pression**
- **Studio TF1 : activité soutenue comme attendu**

Marge des activités de 7,6% à fin septembre, conforme à la feuille de route du Groupe pour 2026

Situation financière solide, avec un excédent financier net de 382 M€

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

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 29 octobre 2026 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes du 3^{ème} trimestre 2026. Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1.

(M€)	T3 2026	T3 2025	VAR	9M 2026	9M 2025	VAR
Média	367	411	-10,8%	1 236	1 386	-10,8%
Chiffre d'affaires publicitaire	308	340	-9,3%	1 022	1 121	-8,9%
dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+	51	42	+20,5%	160	134	+19,2%
Chiffre d'affaires Média hors publicité	59	71	-17,8%	214	264	-18,9%
Studio TF1	94	85	+11,2%	218	213	+2,6%
Chiffre d'affaires consolidé^a	461	496	-7,0%	1 454	1 598	-9,0%
Média	23	46	-23	104	171	-67
Studio TF1	10	14	-4	6	20	-14
Résultat opérationnel courant des activités	33	60	-27	110	191	-81
<i>Marge des activités</i>	<i>7,2%</i>	<i>12,1%</i>	<i>-4,9 pts</i>	<i>7,6%</i>	<i>11,9%</i>	<i>-4,4 pts</i>
Résultat opérationnel courant	32	59	-27	106	182	-77
Résultat opérationnel	32	57	-24	102	175	-73
Résultat net part du Groupe (hors surtaxe exceptionnelle)	21	45	-24	77	138	-61
Surtaxe exceptionnelle ^b	-1	-1	-0	-6	-15	+9
Résultat net part du Groupe (dont surtaxe exceptionnelle)	21	44	-24	71	123	-51
Chiffre d'affaires digital^c	64	56	+15,1%	198	170	+16,5%
Coût des programmes	-185	-211	+26	-618	-662	+44
Excédent financier net^d	382	465	-82	382	465	-82

^a -6,6% à périmètre et change constants, à fin septembre (-8,2% pour Média et +2,6% 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

¹ Sur août et septembre, sur cibles commerciales FRDA <50 et Individus 25-49 (respectivement +1,7 pts et +1,4 pts sur un an)

² Sur août et septembre, environ +2 pts sur un an d'après les estimations internes

Résultats des neuf premiers mois

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 sur les neuf premiers mois 2026 s'élève à 1 454 millions d'euros, en retrait de 9,0% sur un an et de 6,6% à périmètre et change constants. La baisse du pôle Média (-10,8% sur un an, à 1 236 millions d'euros) s'explique par un contexte de marché publicitaire linéaire toujours dégradé, et par des effets de périmètre (-39 millions d'euros, en lien avec les cessions réalisées en 2025). Le chiffre d'affaires de Studio TF1 s'établit à 218 millions d'euros, en hausse de 2,6%, porté par une croissance de 11,2% au troisième trimestre notamment grâce à des livraisons à l'international.

Le résultat opérationnel courant des activités (ROCA) s'élève à 110 millions d'euros. Il est en recul de 81 millions d'euros sur un an, et de 64 millions d'euros hors plus-values réalisées sur les neuf premiers mois de 2025. Cette variation est essentiellement liée à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire, fortement contributeur au ROCA. Elle est partiellement compensée par des arbitrages sur le coût des programmes, notamment lors de la Coupe du Monde de football, et par un contrôle strict des autres coûts. Sur les neuf premiers mois de 2026, la marge des activités ressort à 7,6%, contre 10,9% hors plus-values sur la même période en 2025. Ce niveau de marge est en ligne avec la feuille de route du Groupe pour 2026.

Le résultat opérationnel s'élève à 102 millions d'euros. Il intègre 4 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 s'élève à 71 millions d'euros, en retrait de 51 millions d'euros sur un an. Il intègre 6 millions d'euros de **surtaxe exceptionnelle liée à la loi de finances pour 2026**.

L'excédent financier net s'établit à 382 millions d'euros à fin septembre 2026.

Analyse par secteur

Média

- **Audiences³**

À fin septembre 2026, malgré un contexte fortement 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). Il le renforce même en septembre en réalisant une rentrée record, avec une part d'audience historique chez les FRDA <50 ans (36,9%).

La chaîne TF1 est très largement leader sur l'ensemble des publics⁴ et s'est distinguée à la rentrée avec une programmation puissante dans tous les genres : en sport avec l'équipe de France masculine de football (6,9 millions de téléspectateurs pour le match de Ligue des Nations face à la Turquie), en fiction avec *La Cible* et *Le Mystère de la Chambre Jaune* (jusqu'à 4,6 millions de téléspectateurs) ou encore avec le retour de ses grandes franchises de divertissement (*The Voice*, *Koh-Lanta*, *Secret Story*).

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

- +7,2 pts chez les FRDA <50, avec une part d'audience de 21,7% ;
- +4,8 pts chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, avec une part d'audience de 19,1%.

³ Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie

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

L'information du Groupe confirme son rôle central dans le débat démocratique à l'approche de l'élection présidentielle de 2027 :

- TF1 a accueilli la majorité des déclarations de candidats à l'élection présidentielle et a rassemblé 5,0 millions de téléspectateurs pour l'allocution de rentrée du président de la République ;
- LCI affiche la plus forte progression des chaînes d'info sur un an sur les 3 cibles principales ;
- *Bonjour !* et son extension *Bonjour ! Avec vous* connaissent leur record mensuel depuis leur lancement avec une part d'audience 4+ de respectivement 14% et 10% en septembre.

• **TF1+**

- TF1+ rassemble 42 millions de streamers par mois en moyenne sur les neuf premiers mois de 2026 (avec **son deuxième meilleur mois en septembre à 43,5 millions**) ;
- 857 millions d'heures ont été visionnées sur TF1+ à fin septembre selon Médiamétrie. En vision site centric⁵, la consommation ressort en progression de 13,0% sur un an, avec une **accélération à 25,0%⁶ sur le troisième trimestre en lien avec le partenariat avec Netflix**. Près d'un abonné Netflix sur deux a regardé au moins un programme TF1+ depuis le lancement. Plusieurs programmes de TF1 se sont hissés dans le Top 10 de Netflix : *Secret Story*, *Koh-Lanta All Stars*, *La Villa des cœurs brisés*, *La Cible* et les matchs de l'équipe de France de football.

- **Le chiffre d'affaires du secteur Média** s'établit à 1 236 millions d'euros à fin septembre 2026, en retrait de 10,8% sur un an (-8,2% à périmètre constant) :

- **Le chiffre d'affaires publicitaire** s'élève à 1 022 millions d'euros, soit -8,9% sur un an. La baisse structurelle du marché publicitaire linéaire est amplifiée par des contextes géopolitique et national particulièrement instables, ainsi que par des asymétries réglementaires. Cependant, dès la fin de la Coupe du Monde de football, la régie publicitaire est parvenue à regagner des parts de marché, démontrant le caractère puissant et distinctif des écrans du Groupe pour les annonceurs.

TF1+ affiche un chiffre d'affaires publicitaire de 160 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2026, avec une accélération de sa croissance au troisième trimestre de 20,5% grâce aux débuts prometteurs du partenariat avec Netflix qui poursuivra sa montée en puissance au quatrième trimestre.

Le chiffre d'affaires digital du Groupe⁷ s'élève à 198 millions d'euros, en hausse de 16,5% sur un an.

2 millions de transactions de micro-paiement ont été réalisées depuis le début de l'année, dont plus de 850 000 sur le mois de septembre uniquement, en lien avec la programmation de rentrée et la poursuite du déploiement chez les opérateurs télécom. L'offre est disponible sur les box éligibles de Free depuis mi-septembre, où le nombre de transactions a rejoint en quelques jours les niveaux atteints dans les environnements SFR et Bouygues.

- **Le chiffre d'affaires Média hors publicité** s'élève à 214 millions d'euros, en baisse de 4,8% hors effets de périmètre (cessions de My Little Paris et Play Two en 2025). Cette variation s'explique principalement par la vente de matchs de sport féminin à France Télévisions lors du troisième trimestre 2025, ainsi que par l'arrêt de certains contrats de distribution avec Canal+ au troisième trimestre 2026.
- **Le coût des programmes** du Groupe s'élève à 618 millions d'euros à fin septembre 2026, en économies de 44 millions d'euros sur un an. Au cours du deuxième et du troisième trimestre, le Groupe a su s'adapter à un marché dégradé et à un contexte concurrentiel exceptionnel avec la Coupe du Monde de football.

⁵ 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)

⁶ +30% durant l'été sur un an

⁷ 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

- Le **ROCA du pôle Média** s'établit à 104 millions d'euros à fin septembre 2026. La progression du digital et la maîtrise des coûts ont 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 8,4% au cours des neuf premiers mois de 2026, contre une marge hors plus-values de 11,1% sur la même période en 2025.

Studio TF1

- Sur les neuf premiers mois de 2026, **le chiffre d'affaires** de Studio TF1 s'établit à 218 millions d'euros, en hausse de 2,6%, porté par une croissance de 11,2% au troisième trimestre notamment grâce à des livraisons à l'international.

Studio TF1 a poursuivi les livraisons à ses partenaires historiques en France (*Zodiaque* pour TF1 et *Le Magazine de la santé* 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 (*Paris Is Always a Good Idea* pour Hallmark+ et *La Messagerie du diable* pour HBO).

Par ailleurs, la période a été marquée par les sorties des deux premiers films distribués au cinéma par Studio TF1 : *Pour le Plaisir* (plus de 700 000 entrées et fort potentiel à l'international) et *Les Gendarmes*.

- Le ROCA de Studio TF1** s'établit à 6 millions d'euros à fin septembre 2026, en baisse de 14 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 la fin d'année en 2026.

Structure financière

À fin septembre 2026, le groupe TF1 dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 382 millions d'euros.

Depuis le début de l'année, l'excédent financier net baisse de 133 millions d'euros, reflétant essentiellement le versement par TF1 du dividende en avril pour 132 millions d'euros. La génération de cash-flow libre avant BFR s'élève à 108 millions d'euros et 16 millions d'euros après BFRs.

Évolution du marché de la publicité linéaire

Le T3 2026 marque un quatrième trimestre consécutif de recul plus prononcé qu'anticipé du marché de la publicité linéaire. Face à cette dégradation et en l'absence de perspectives d'amélioration à court terme sur les plans macro-économique et politique, comme en matière de réduction des asymétries réglementaires vis-à-vis des plateformes, le groupe TF1 a réalisé un test de valeur de son UGT Média.

Ce test n'a donné lieu à aucune dépréciation dans les comptes consolidés de TF1. Le Groupe confirme par ailleurs sa guidance 2026.

Le groupe TF1 poursuit la transition de son modèle vers le digital et maintient son ambition de proposer une offre de contenus distinctive afin de renforcer son leadership.

Perspectives de fin d'année

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

- Des franchises emblématiques comme *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 Comtesse de Monte Cristo*.
- Une offre de sport attractive avec les matchs de l'équipe de France de football emmenée par Zinédine Zidane et du XV de France en *Nations Championship*.

Pour rappel, **la priorité du Groupe pour le pôle Média** est de continuer à faire monter en puissance les initiatives récemment lancées en digital (partenariat avec Netflix, *mid-tail* et micro-paiement).

Pour Studio TF1, l'activité est concentrée sur le second semestre, comme les années précédentes, notamment en lien avec le calendrier de livraisons de Studio TF1 America⁸.

Par ailleurs, trois films seront distribués en salles sur le quatrième trimestre 2026 (*Moulin*, sélectionné en Compétition officielle au Festival de Cannes, *Camembert* et *L'homme qui s'envola*). Pour rappel, cette activité lancée en début d'année permet désormais à Studio TF1 d'accompagner ses œuvres de la production jusqu'à leur sortie en salles.

Confirmation 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, le Groupe confirme les objectifs 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.

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.

⁸JPG et Reel One

Les comptes consolidés et annexes des neuf premiers mois 2026 sont disponibles sur le site www.groupe-tf1.fr/.

Un webcast de présentation des résultats aura lieu le 29 octobre 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 au webcast des résultats ».

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 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



Certifié avec **viztrust**®