



# RÉSULTATS ANNUELS 2022

14 FÉVRIER 2023

# INTRODUCTION

**Leader en parts d'audience**

FRDA <50

**33,6%**

↗ +0,1pt vs. 2021

25-49 ans

**30,5%**

↗ +0,3pt vs. 2021

Chiffre d'affaires

↗ **+3,3%**

Taux de marge opérationnelle courante

**12,6%**

Excédent financier

**326 M€**

↗ +127 M€

**LEADERSHIP ET SOLIDITÉ FINANCIÈRE**



**RODOLPHE BELMER**  
PRÉSIDENT DIRECTEUR GÉNÉRAL



**1** | **MÉDIA**  
**LEADERSHIP SUR LE LINÉAIRE ET RÉSULTATS**  
**PROMETTEURS SUR LE NON-LINEAIRE**

**2** | **NEWEN STUDIOS**  
**DE NOUVEAUX TALENTS CRÉATEURS DE VALEUR**

**3** | **RÉSULTATS FINANCIERS**  
**DES RÉSULTATS DÉMONTRANT NOTRE SOLIDITÉ**  
**FINANCIÈRE ET NOTRE FLEXIBILITÉ**

**4** | **PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE**  
**RENOUVELLEMENT DE NOTRE ENGAGEMENT RSE**

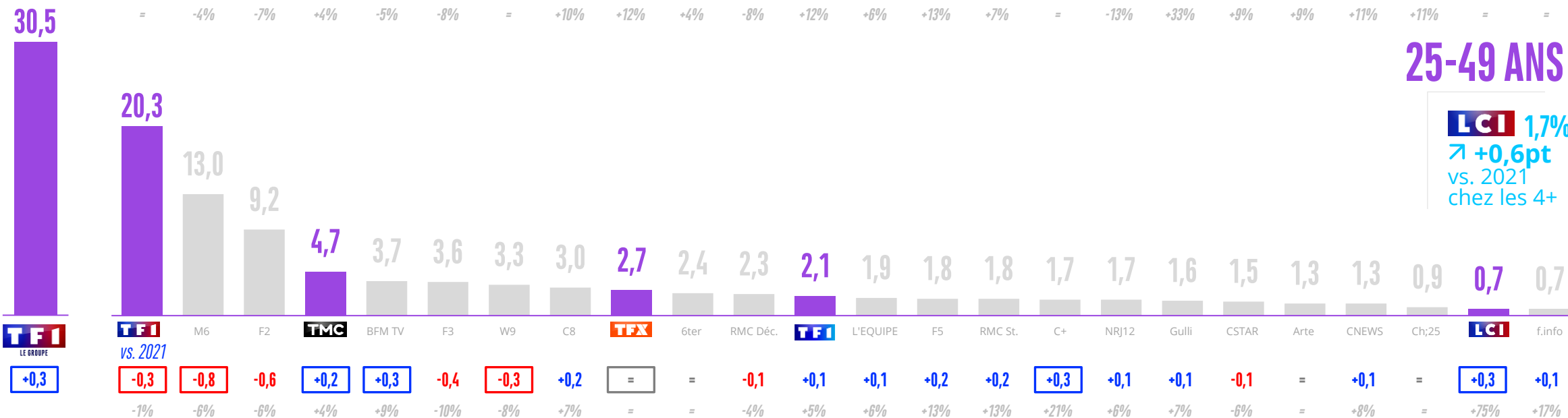
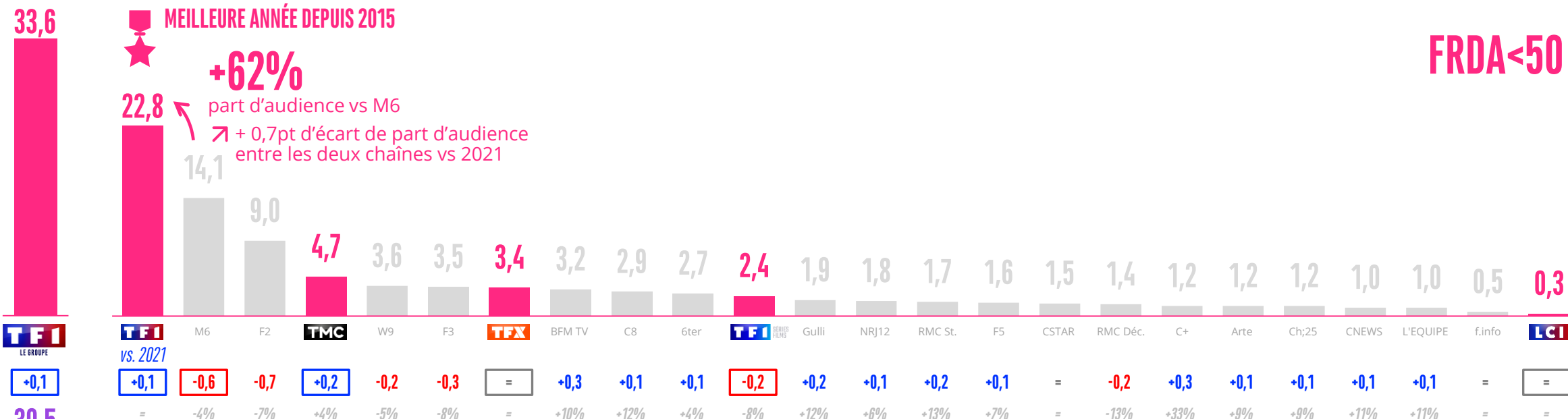
**5** | **PERSPECTIVES**  
**RENFORCEMENT DE NOTRE PROPOSITION DE**  
**VALEUR**



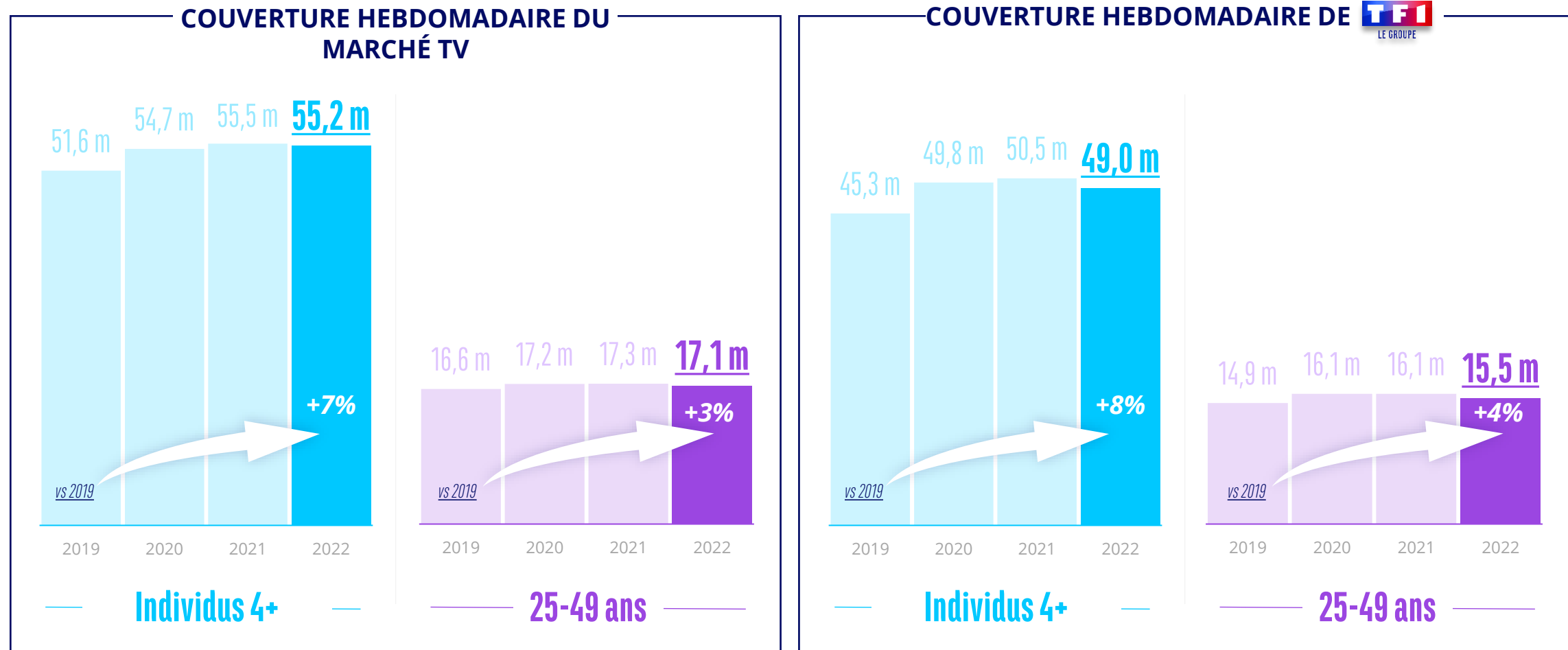
# MÉDIA

**LEADERSHIP SUR LE  
LINEAIRE ET RESULTATS  
PROMETTEURS SUR LE  
NON-LINEAIRE**

# DES PARTS D'AUDIENCE RECORDS SUR LES CIBLES COMMERCIALES



# UNE COUVERTURE PUISSANTE POUR LA TÉLÉVISION ET POUR TF1



# TF1, LA CHAÎNE DES GRANDS RENDEZ-VOUS

SEULE CHAÎNE À RASSEMBLER  
PLUS DE 7 MILLIONS DE  
TELESPECTATEURS DANS TOUS LES GENRES

**77** DES 100 MEILLEURES  
AUDIENCES CHEZ LES 4+

**81** DES 100 MEILLEURES  
AUDIENCES CHEZ LES FRDA<50

**90** DES 100 MEILLEURES  
AUDIENCES CHEZ LES 25-49 ANS

## SPORT



*COUPE DU MONDE  
DE LA FIFA 2022*

**24,1 M** de  
téléspectateurs pour  
la finale, soit la  
meilleure audience  
historique pour un  
programme TV  
80,9% de part  
d'audience chez les 4+

## INFORMATION



*ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE*

**7,5 M** de  
téléspectateurs pour  
le débat de l'entre  
deux-tours

## DIVERTISSEMENT



*STAR ACADEMY*

**Meilleure relance  
depuis 2012** pour un  
programme de  
divertissement sur les  
cibles commerciales  
52% de part d'audience  
chez les FRDA<50  
**Record historique  
chez les 15-34 ans**  
62% de part d'audience

## FICTION FRANÇAISE



*HPI*

Meilleure audience TV  
pour une fiction  
française avec  
**10,9 M** de  
téléspectateurs  
7 des 15 meilleurs  
audiences TV

# UNE OFFRE DIFFÉRENCIANTE AVEC NOS CHÂÎNES TNT

LCI



**ANNÉE RECORD POUR LCI**

Part d'audience record

**1,7%**

chez les 4+

↗ +0,6 pt

TMC



**TMC LEADER DE LA TNT**

Sur les cibles commerciales

Audiences records

**4,7%** de part

d'audience chez les 25-49 ans, les FRDA<50 et les 15-34 ans

**Jusqu'à 2,5 M**

de téléspectateurs pour Quotidien, record historique et meilleure audience TNT en 2022



# MY TFI | RÉSULTATS PROMETTEURS DANS LE DIGITAL

**30**  
**MEILLEURS**  
REPLAYS DE 2022

**26 M** *catch-uppers* mensuels  
↗ +18% vs **france.tv**  
↗ +56% vs **6play**

**Chiffre d'affaires publicitaire**  
↗ **+17%**



**+3 M**  
d'inscrits  
grâce à la coupe du monde de la FIFA 2022

## Volume horaire

**50%**  
PROGRAMMES ISSUS  
DU LINÉAIRE

**50%**  
CONTENUS SPECIFIQUES  
AU DIGITAL

## Audience



**95%**  
PROGRAMMES ISSUS DU LINÉAIRE

**5%**  
CONTENUS SPECIFIQUES  
AU DIGITAL

## PART DU NON LINÉAIRE DANS LE VISIONNAGE TOTAL



**7,5 M**  
Applications téléchargées  
↗ +60% vs 2021

dont

- 3,4 M** Apple (x2 vs. 2021)
- 3,9 M** Android (+26% vs. 2021)



\*catch-up J+1, timeshifting, enregistrements privés, catch-up J+7

## CIRCULATION DES CONTENUS



LINÉAIRE



| MY TF1 |

15%

De l'audience des émissions quotidiennes réalisée en non-linéaire

NON-LINÉAIRE

120 M Vidéos vues



## FLEXIBILITÉ SUR LES COÛTS

DANS UNE ANNÉE DE DIFFUSION DE LA COUPE DU MONDE DE FOOTBALL

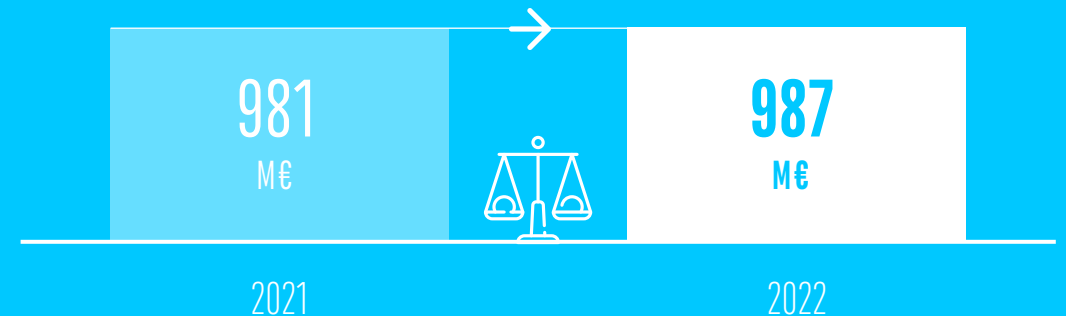


FIFA WORLD CUP Qatar 2022

LE GROUPE A MONTRÉ SE FLEXIBILITÉ SUR SA BASE DE COÛTS DE GRILLE

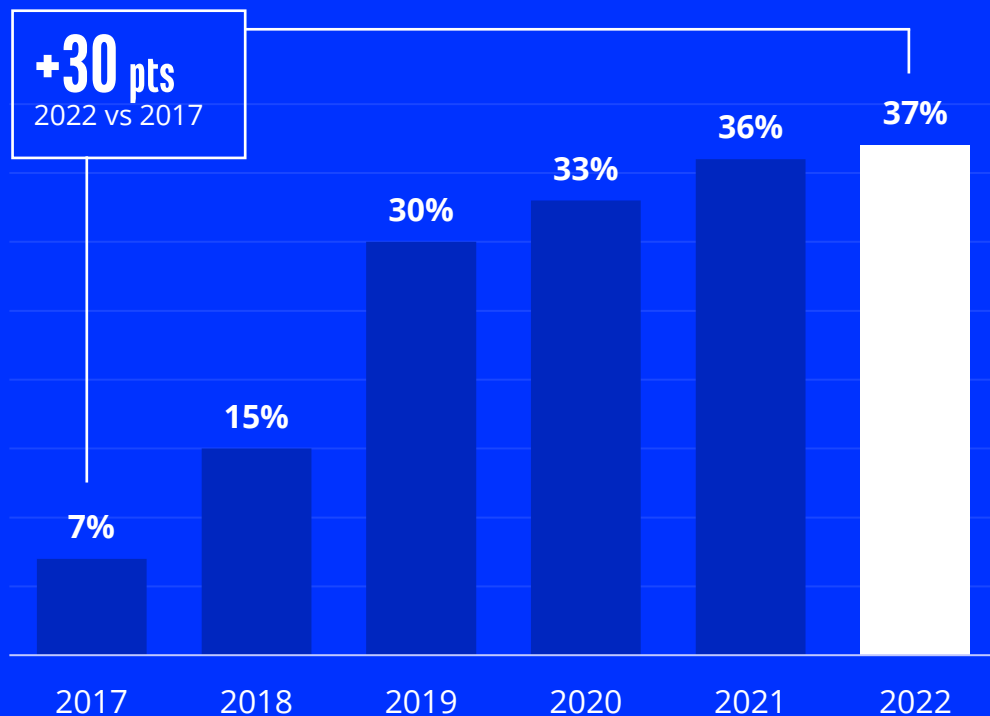
➔ **+0,6%** EN 2022  
VS 2021

## COÛTS DES PROGRAMMES





## PART CROISSANTE DES OFFRES DATAISÉES DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES DIGITAL



## EXPLOITER LA DATA AFIN D'AMÉLIORER NOTRE PROPOSITION DE VALEUR

Data first party

**MY TFI**

Partenariats avec des grandes enseignes

**FNAC DARTY**

**INFINITY**  
ADVERTISING



# NEWEN STUDIOS

DES NOUVEAUX TALENTS  
CRÉATEURS DE VALEUR

## FICTIONS

TELFRANCE



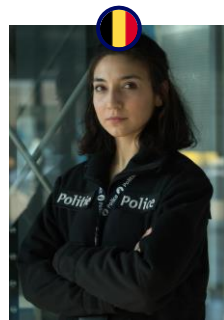
Demain Nous Appartient

RINGSIDE STUDIOS



Liaison

DE MEN SEN



Lost Luggage

FLARE ENTERTAINMENT



Funeral For A Dog

anagram



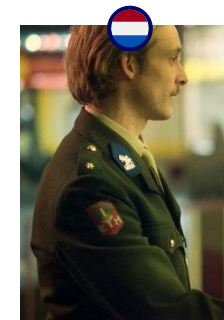
Thin Blue Line

anagram



Ammo

COLUMN FILM



Legacy

## DOCUMENTAIRES

CAPA



Wagner, L'armée de l'ombre de Poutine

rise FILMS



All That Breathes

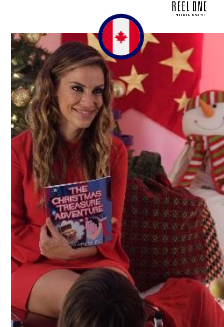
RealDiva



The Territory

## TÉLÉFILMS

BLUE REEL ONE



Her Magical Christmas Still

## ANIMATION

Blue Spirit



Les Mystérieuses Cités d'Or

## TÉLÉ-RÉALITÉ

iZen



Insiders

**THOMAS OCANA**  
*CAPA SPAIN*



Journaliste d'investigation espagnol récompensé par de nombreux prix notamment 3 Emmy Awards dans plusieurs catégories

**TEDDY LEIFER**  
*RISE FILMS*



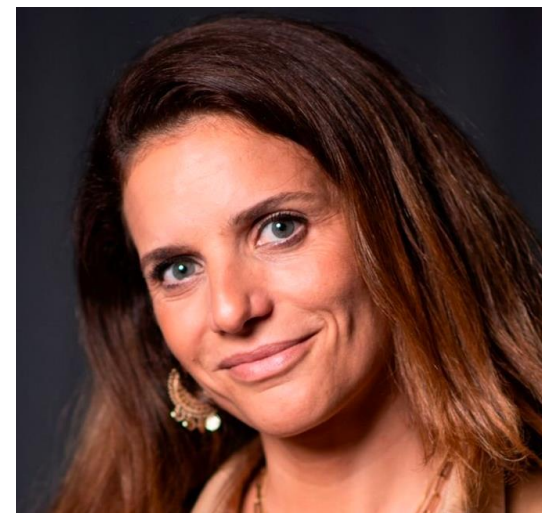
Producteur de documentaires primés dont *All that breathes* nominé aux Oscars en 2022, *The Invisible War* nominé aux Oscars en 2013 et *Icarus*, lauréat des Oscars en 2018

**ANNE KOLBJORSEN**  
*ANAGRAM*



Productrice à l'origine de *Maniac* (2018) diffusé sur Netflix

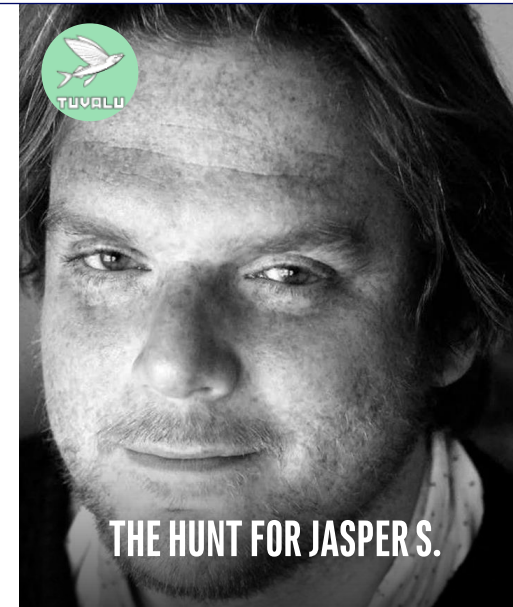
**VANESSA DJIAN**  
*DAI DAI FILMS*



Productrice connue pour l'adaptation de films issus du théâtre, tels que *Edmond* et *Adieu Monsieur Haffman*

*Livré au T3*

*Livraison en 2023*



**ÇARNET DE COMMANDES  
À UN NIVEAU ÉLEVÉ**

**>2 000 HEURES**

**TAILLE CRITIQUE ATTEINTE**

**UN SAVOIR-FAIRE**

**MULTI-GENRES UNIQUE**

**DORÉNAVANT, PRIORITÉ DONNÉE À LA  
CROISSANCE ORGANIQUE**

**CROISSANCE  
ORGANIQUE  
+13,7%  
EN 2022**





# RÉSULTATS FINANCIERS

DES RÉSULTATS  
DEMONTRANT NOTRE  
SOLIDITÉ FINANCIÈRE ET  
NOTRE FLEXIBILITÉ

# CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ 2022

(M€)	2022	2021	VAR.M€	VAR.%
<b>MÉDIA</b>	<b>2 079,8</b>	<b>2 091,5</b>	<b>(11,7)</b>	<b>-0,6%</b>
<i>CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE*</i>	<i>1 668,9</i>	<i>1 694,1</i>	<i>(25,2)</i>	<i>-1,5%</i>
<i>  DONT CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DIGITAL*</i>	<i>128,2</i>	<i>142,5</i>	<i>(14,3)</i>	<i>-10,0%</i>
<i>    DONT CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE MYTF1</i>	<i>90,3</i>	<i>77,3</i>	<i>13,0</i>	<i>16,8%</i>
<i>    DONT AUTRE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DIGITAL*</i>	<i>37,9</i>	<i>65,2</i>	<i>(27,3)</i>	<i>-41,9%</i>
<i>AUTRE CHIFFRE D'AFFAIRES</i>	<i>411,1</i>	<i>397,4</i>	<i>13,7</i>	<i>3,4%</i>
<b>NEWEN STUDIOS</b>	<b>427,9</b>	<b>335,6</b>	<b>92,2</b>	<b>27,5%</b>
<i>FRANCE</i>	<i>174,4</i>	<i>174,4</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0%</i>
<i>INTERNATIONAL</i>	<i>253,5</i>	<i>159,0</i>	<i>94,5</i>	<i>59,4%</i>
<i>REVENUS JEUX, MUSIQUE, SPECTACLES**</i>	<i>0,0</i>	<i>2,2</i>	<i>(2,2)</i>	<i>-100,0%</i>
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL***</b>	<b>2 507,7</b>	<b>2 427,1</b>	<b>80,6</b>	<b>3,3%</b>

\* Déconsolidation de Unify Publishers à compter d'octobre 2022

\*\* Pôle maintenu dans le secteur jusqu'à sa cession en avril 2021

\*\*\* Hors effet périmètre, le chiffre d'affaires 2022 est en hausse de 3,6%

En norme IFRS 16

# COÛT DES PROGRAMMES\*

(M€)	2022	2021	VAR.M€	VAR.%
FICTIONS / TÉLÉFILMS / SÉRIES / THÉÂTRE	(309,5)	(357,2)	47,7	-13,4%
DIVERTISSEMENT	(273,9)	(261,8)	(12,2)	4,6%
INFORMATION	(139,4)	(135,5)	(3,9)	2,8%
FILMS	(142,2)	(142,7)	0,5	-0,3%
SPORTS	(110,0)	(69,4)	(40,6)	58,4%
JEUNESSE	(12,2)	(14,5)	2,3	-15,7%
<b>TOTAL</b>	<b>(987,0)</b>	<b>(981,0)</b>	<b>(6,0)</b>	<b>0,6%</b>

*\*L'indicateur coût des programmes, qui se substitue à partir du 31/03/21 à l'indicateur coût des programmes des 5 chaînes, intègre le coûts des activités délinéarisées (MYTF1, LCI Digital) ainsi que celui des chaînes thématiques (TV Breizh, Ushuaïa TV, Histoire TV). L'ancien indicateur "Coût des programmes 5 chaînes" est publié jusqu'à l'arrêté à fin décembre 2021*

# RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT PAR SECTEUR

(M€)	2022	2021	VAR.M€	VAR.%
<b>MÉDIA</b>	<b>269,0</b>	<b>304,6</b>	<b>(35,6)</b>	<b>-11,7%</b>
<i>TAUX DE MARGE</i>	<i>12,9%</i>	<i>14,6%</i>	<i>-</i>	<i>-1,6PT</i>
<b>NEWEN STUDIOS</b>	<b>47,2</b>	<b>38,6</b>	<b>8,6</b>	<b>22,3%</b>
<i>TAUX DE MARGE</i>	<i>11,0%</i>	<i>11,5%</i>	<i>-</i>	<i>-0,5PT</i>
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT *</b>	<b>316,2</b>	<b>343,2</b>	<b>(27,0)</b>	<b>-7,9%</b>
<i>TAUX DE MARGE</i>	<i>12,6%</i>	<i>14,1%</i>	<i>-</i>	<i>-1,5PT</i>

\* A fin décembre 2021, le résultat opérationnel courant intégrait 29,5 M€ de crédit d'impôt éditeur.  
Hors crédit d'impôt éditeur, le résultat opérationnel courant serait en hausse de 2,5 M€, soit +0,8%

# COMPTE DE RÉSULTAT 2022 CONSOLIDÉ

(M€)	2022	2021	VAR.M€	VAR.%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ</b>	<b>2 507,7</b>	<b>2 427,1</b>	<b>80,6</b>	<b>3,3%</b>
TOTAL COÛT DES PROGRAMMES*	(987,0)	(981,0)	(6,0)	-0,6%
AUTRES CHARGES, AMORTISSEMENTS ET PROVISIONS	(1 198,5)	(1 097,4)	(101,1)	-9,2%
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT DES ACTIVITÉS</b>	<b>322,2</b>	<b>348,7</b>	<b>(26,5)</b>	<b>-7,6%</b>
AMORTISSEMENTS ET DÉPRÉCIATIONS DES ACTIFS INCORPORELS RECONNUS LORS DES ACQUISITIONS	(6,0)	(5,5)	(0,5)	-9,1%
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT</b>	<b>316,2</b>	<b>343,2</b>	<b>(27,0)</b>	<b>-7,9%</b>
TAUX DE MARGE OPÉRATIONNELLE COURANTE	12,6%	14,1%	-	-1,5PT
TOTAL AUTRES CHARGES ET PRODUITS OPÉRATIONNELS	(15,0)	(10,3)	(4,7)	45,6%
<b>RÉSULTAT OPÉRATIONNEL</b>	<b>301,2</b>	<b>332,9</b>	<b>(31,7)</b>	<b>-9,5%</b>
COÛT DE L'ENDETTEMENT FINANCIER NET	(2,6)	(1,5)	(1,1)	73,3%
AUTRES PRODUITS ET CHARGES FINANCIERS NETS	(11,7)	(8,5)	(3,2)	37,6%
IMPÔTS	(56,3)	(70,4)	14,1	-20,0%
QP RÉSULTAT DES SOCIÉTÉS MISES EN ÉQUIVALENCE	(48,6)	(28,5)	(20,1)	70,5%
<b>RÉSULTAT NET</b>	<b>182,0</b>	<b>224,0</b>	<b>(42,0)</b>	<b>-18,8%</b>
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	176,1	225,3	(49,2)	-21,8%

\*L'indicateur coût des programmes, qui se substitue à partir du 31/03/21 à l'indicateur coût des programmes des 5 chaînes, intègre le coût des activités délinéarisées (MYTF1, LCI Digital) ainsi que celui des chaînes thématiques (TV Breizh, Ushuaïa TV, Histoire TV). L'ancien indicateur "Coût des programmes des 5 chaînes" est publié jusqu'à l'arrêt à fin décembre 2021.

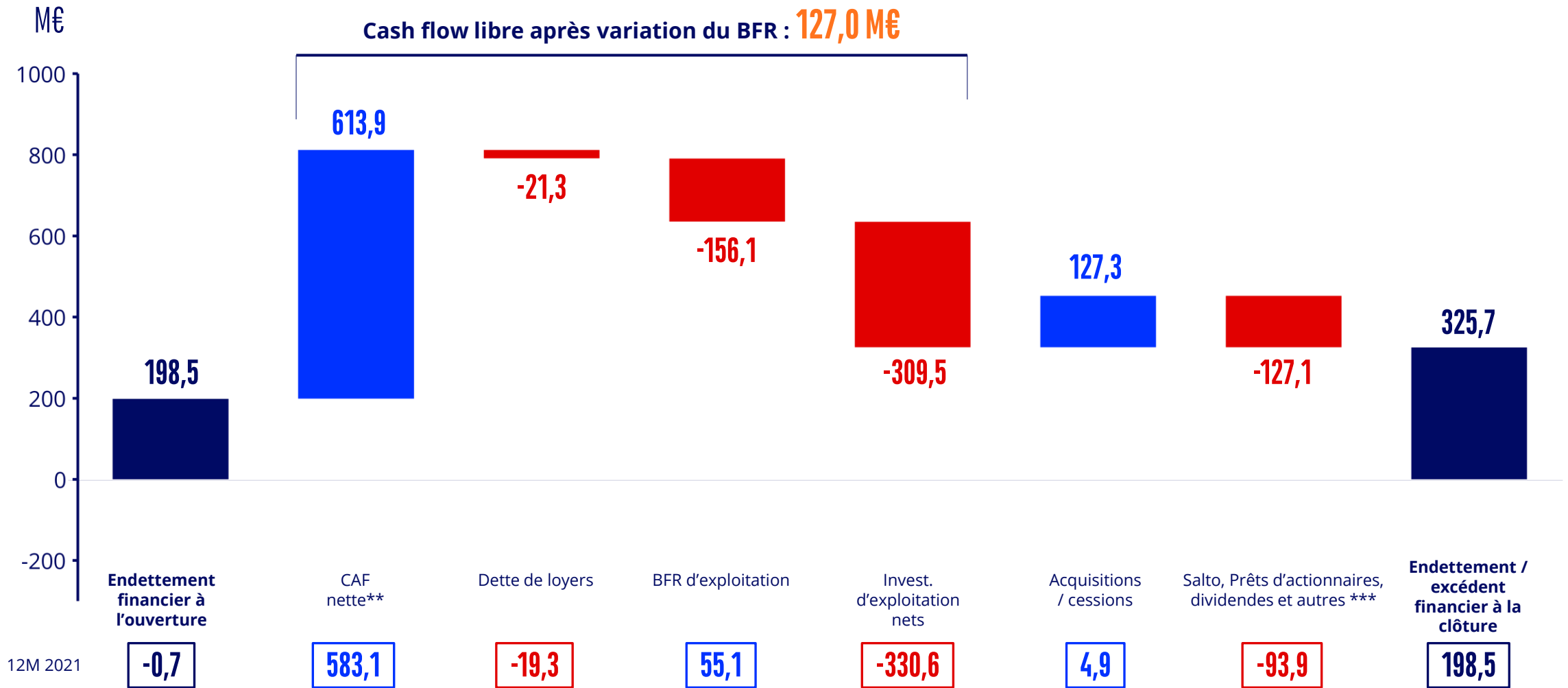
# BILAN CONSOLIDÉ

ACTIF CONSOLIDÉ (M€)	31 DÉC.2022	31 DÉC.2021	VAR.M€
TOTAL ACTIFS NON-COURANTS	1 331,0	1 476,1	(145,1)
TOTAL ACTIFS COURANTS	2 311,9	2 245,5	66,4
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>3 642,9</b>	<b>3 721,6</b>	<b>(78,7)</b>

PASSIF CONSOLIDÉ (M€)	31 DÉC.2022	31 DÉC.2021	VAR.M€
TOTAL CAPITAUX PROPRES	1 863,8	1 766,9	96,9
<i>DONT CAPITAUX PROPRE PART DU GROUPE</i>	<i>1 862,9</i>	<i>1 768,1</i>	<i>94,8</i>
TOTAL PASSIFS NON-COURANTS	230,9	229,1	1,8
TOTAL PASSIFS COURANTS	1 548,2	1 725,6	(177,4)
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>3 642,9</b>	<b>3 721,6</b>	<b>(78,7)</b>

EXCÉDENT NET (+) / DETTE NETTE (-) HORS OBLIGATIONS LOCATIVES	325,7	198,5	127,2
EXCÉDENT NET (+) / DETTE NETTE (-) Y COMPRIS OBLIGATIONS LOCATIVES	251,4	134,8	116,6

# ÉVOLUTION DE LA DETTE NETTE (HORS IMPACT IFRS 16\*)



\*Avant impact des obligations locatives

\*\*CAF après coût de l'endettement financier net / produit de l'excédent financier net, charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés

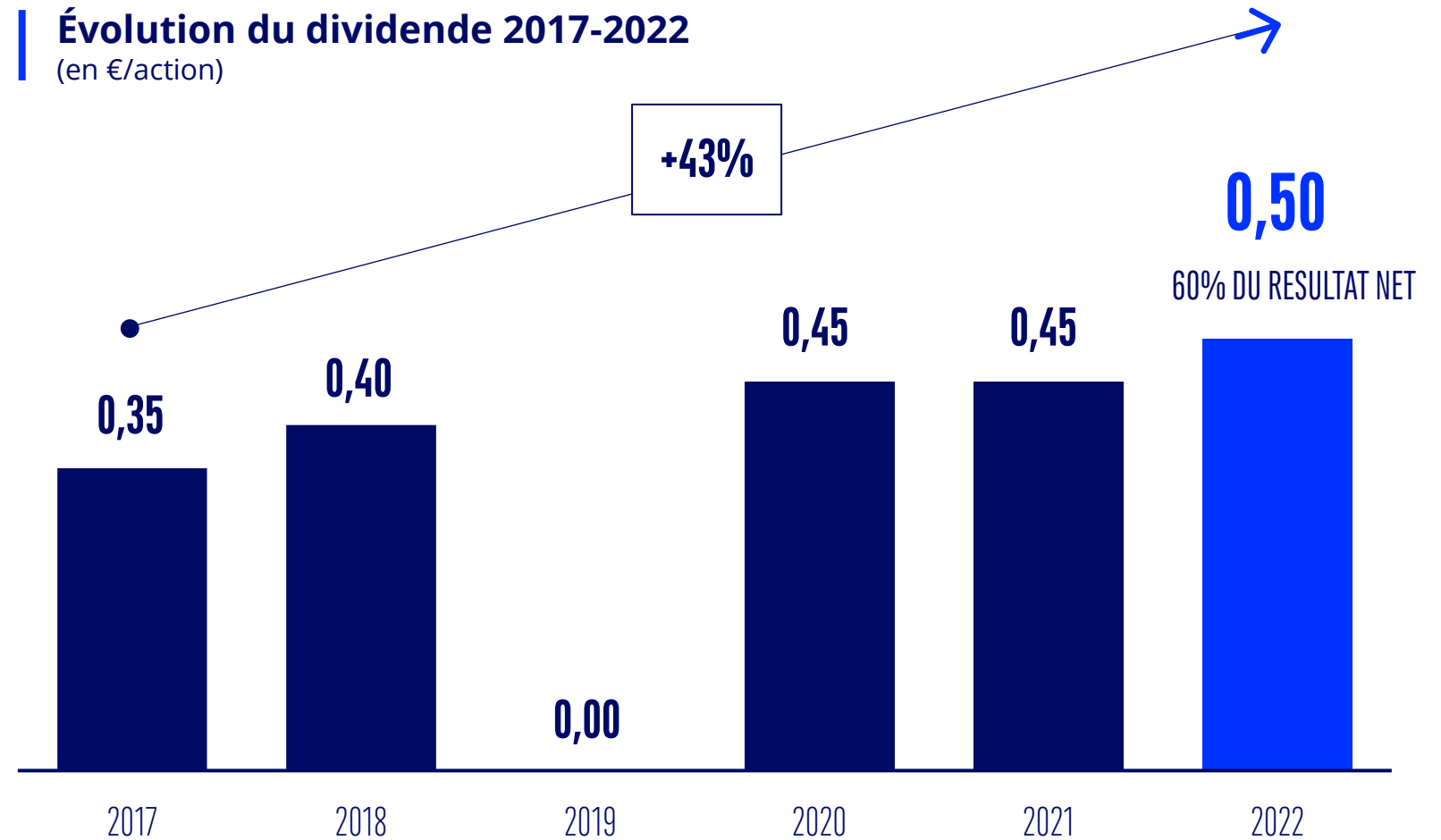
\*\*\*Inclut l'acquisition d'immobilisations financières, variations des prêts

# POLITIQUE DE DISTRIBUTION DE DIVIDENDES

| 105,2 M€\*

| 0,50 €\*\*  
PAR ACTION

Évolution du dividende 2017-2022  
(en €/action)



\*Sur la base du nombre d'actions du capital de TF1 au 31/12/2022 : 210 485 635

\*\*Soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale Mixte du 14 avril 2023





# PERFORMANCE EXTRA FINANCIÈRE

---

RENOUVELLEMENT DE  
NOTRE ENGAGEMENT  
RSE

# RENOUVELLEMENT DE NOTRE ENGAGEMENT RSE



ENJEUX DE TRANSITION  
ÉCOLOGIQUE



ENJEUX SOCIAUX ET  
SOCIÉTAUX



ENJEUX ÉTHIQUES



ENGAGEMENT DE RÉDUCTION DE 30%  
DES ÉMISSIONS CARBONE À HORIZON  
2030

1/3 des salariés formés aux enjeux de la  
transition écologique



FÉMINISATION DES INSTANCES DIRIGEANTES  
48,3%

de femmes dans le Comité  
Management Groupe en 2022

(+20 pts vs. 2015)



DIVERSITÉ DANS LES CONTENUS



SESSIONS DE FORMATION SUR LA  
DIVERSITÉ ET LE RGPD

LA PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE  
DU GROUPE EST RECONNUE PAR LES  
PRINCIPALES AGENCES DE NOTATION

MOODY'S | ESG

CLASSÉE 1<sup>ÈRE</sup> ENTREPRISE

du secteur *Broadcasting & Advertising*

MSCI 

 NOTE AA

S&P Global

Global Sustainability  
Yearbook 2022



# PERSPECTIVES

**RENFORCEMENT DE  
NOTRE PROPOSITION  
DE VALEUR**

# PRIORITÉS STRATÉGIQUES

MAXIMISER LA VALEUR DE NOTRE INVENTAIRE LINÉAIRE GRÂCE À NOTRE OFFRE DE CONTENUS PREMIUM ET UN *REACH* TOUJOURS PLUS DIFFÉRENCIANT



SE POSITIONNER COMME LA PREMIÈRE PLATEFORME DE *STREAMING* GRATUIT EN FRANCE

- FAIRE LEVIER DE LA PUISSANCE DE LA LIGNE ÉDITORIALE POUR ACCÉLÉRER DANS LE DIGITAL
- MAXIMISER LA VALEUR DE L'INVENTAIRE DIGITAL PAR LE RENFORCEMENT DE LA STRATÉGIE DATA



PÉRENNISER LA DYNAMIQUE DE NEWEN STUDIOS PRINCIPALEMENT PAR CROISSANCE ORGANIQUE



# RENFORCEMENT DE L'ÉQUIPE DE DIRECTION



**PIERRE-ALAIN GÉRARD**

DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT,  
FINANCES, STRATÉGIES ET ACHATS



**CLAIRE BASINI**

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE  
EN CHARGE DES ACTIVITÉS BtoC



**VALÉRIE LANGUILLE**

DIRECTRICE GÉNÉRALE ADJOINTE  
RELATIONS HUMAINES ET RSE



**JULIE BURGUBURU**

SECRÉTAIRE GÉNÉRALE



## ACCÉLÉRATION DANS LE DIGITAL



## TAUX DE MARGE PROCHE DE 2022 \*

*\*Taux de marge opérationnelle courante des activités*



## POLITIQUE DE DIVIDENDES EN CROISSANCE OU STABLE

# Q & A

