

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 30 octobre 2019

RÉSULTATS DES 9 PREMIERS MOIS 2019

Croissance du chiffre d'affaires à 1 615 millions d'euros, + 39 millions d'euros (+2,5%)¹

Un taux de marge opérationnelle courante en progression de 3,4 points sur un an à 11,4%

Un résultat net part du Groupe en augmentation de 45,1% sur un an

Confirmation des guidances

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 29 octobre 2019 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes des neuf premiers mois 2019. Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 et selon la norme IFRS 16 applicable depuis le 1^{er} janvier 2019. Les données de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels publiées et retraitées sont disponibles dans le rapport sur l'information financière des 9M 2019, ainsi que sur le site : www.groupe-tf1.fr.

M€	T3 2019	T3 2018	9M 2019	9M 2018	Var.	Var. %
Chiffre d'affaires consolidé	469,4	492,0	1 614,6	1 575,6	39,0	2,5%
Publicité groupe TF1	322,4	339,3	1 158,4	1 151,7	6,7	0,6%
Autres activités	147,0	152,7	456,2	423,9	32,3	7,6%
Chiffre d'affaires consolidé	469,4	492,0	1 614,6	1 575,6	39,0	2,5%
Antennes	354,8	363,4	1 245,6	1 232,4	13,2	1,1%
Dont publicité	303,4	321,3	1 094,8	1 113,2	(18,4)	-1,7%
Studios et divertissements	76,5	96,0	245,3	281,8	(36,5)	-13,0%
Digital (Unify)	38,1	32,6	123,7	61,4	62,3	101,5%
Coût des programmes	(213,5)	(226,6)	(659,7)	(725,9)	66,2	-9,1%
Résultat opérationnel courant	21,4	24,6	184,4	126,6	57,8	45,7%
Taux de marge opérationnelle courante	4,6%	5,0%	11,4%	8,0%		+3,4pts
Antennes	14,1	14,4	156,6	94,3	62,3	66,1%
Studios et divertissements	7,7	7,9	25,0	27,3	(2,3)	-8,4%
Digital (Unify)	(0,4)	2,3	2,8	5,0	(2,2)	-44,0%
Résultat opérationnel	21,4	19,1	184,4	110,1*	74,3	67,5%
Résultat net part du Groupe	10,5	15,6	117,8	81,2	36,6	45,1%

Le **chiffre d'affaires consolidé** des neuf premiers mois 2019 du groupe TF1 s'élève à **1 614,6 millions d'euros**, en hausse de 39,0 millions d'euros dont 38,1 millions d'euros d'effet périmètre¹. Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 1 158,4 millions d'euros en progression de +0,6% sur un an qui s'explique par :

- La baisse du chiffre d'affaires publicitaire des Antennes de -1,7% due à une base de comparaison particulièrement élevée au troisième trimestre (Coupe du Monde de Football masculine en 2018) ;
- Un impact favorable dû à la consolidation de Unify en mai 2018.

Le **résultat opérationnel courant** des neuf premiers mois 2019 du Groupe s'élève à **184,4 millions d'euros**², en progression de 57,8 millions d'euros. Le **taux de marge opérationnelle courante** est en augmentation significative sur cette même période à **11,4%**, en hausse de 3,4 points par rapport à l'année précédente.

Le **résultat net part du Groupe** des neuf premiers mois 2019 s'établit à **117,8 millions d'euros**, en croissance de 36,6 millions d'euros.

¹ Dont 38,1 millions d'euros d'effet périmètre (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

² Le résultat opérationnel courant après loyer (hors impact de la norme IFRS16) des neuf premiers mois 2019 est de 181,6 M€, en progression de 58,1 M€ sur un an.

* En 2018, le ROP intégrait 16,5 millions de charges non courantes liées à l'amortissement de droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Détail par activité

Antennes

- Le **chiffre d'affaires des Antennes** s'établit à 1 245,6 millions d'euros, en progression de 13,2 millions d'euros (+1,1%).
 - Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes est en retrait sur les neuf premiers mois à 1 094,8 millions d'euros (-1,7%). Après un premier semestre stable, le troisième trimestre a souffert d'une base de comparaison particulièrement élevée liée à la diffusion, l'année dernière, des phases finales de la Coupe du Monde de Football masculine, qui avait permis au Groupe de générer des revenus publicitaires linéaires et non linéaires exceptionnels en lien avec des hauts niveaux d'audiences.
 - Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en progression de 31,6 millions d'euros. Cette hausse résulte à la fois de la contribution incrémentale des revenus issus des accords signés avec les opérateurs de télécommunication et Canal+, de la revente des droits sportifs de la Coupe du Monde de Football féminine à Canal + au deuxième trimestre et d'une bonne performance de l'interactivité au troisième trimestre.

La part d'audience du Groupe sur les cibles se maintient à un haut niveau (32,1% sur les FRDA<50³ et 29,1% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans). En *access prime-time*⁴, tranche horaire plébiscitée par les annonceurs, elle reste particulièrement élevée (34% sur les FRDA<50, +1,8 point sur les trois dernières années). La diffusion de programmes phares ainsi que de créations nouvelles expliquent cette performance. Le choix pertinent de diffuser la Coupe du Monde de Football féminine a permis de rassembler près de 11 millions de téléspectateurs. Le Groupe multiplie également les succès avec ses nouvelles fictions à l'image de *Le Temps est Assassin* (32% de part d'audience en moyenne sur les FRDA<50). Succès pour le retour des grandes franchises telles que *Danse avec les stars* qui rassemble, pour son lancement, 33% de part d'audience sur les FRDA<50.

Les programmes d'information restent à des niveaux d'audiences élevés : les journaux télévisés rassemblent en moyenne 41% pour le 13H et 26% pour le 20H sur les individus âgés de 4 ans et plus (jusqu'à 7,6 millions de téléspectateurs). Enfin, LCI confirme son statut de deuxième chaîne d'information en continu avec 1,0% de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus et bénéficie d'une programmation de rentrée renouvelée avec l'arrivée de nouvelles signatures.

- Le **coût des programmes** des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 659,7 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, en baisse de 66,2 millions d'euros sur un an. Ces économies s'expliquent principalement par la diffusion, l'année dernière, de la Coupe du Monde de Football masculine. Le quatrième trimestre sera marqué par des réinvestissements stratégiques en programmes (la Coupe du Monde de Rugby, *Le Bazar de la Charité* et *Mask Singer* notamment) afin d'attirer un large public et maintenir une part d'audience sur cibles à un niveau élevé.
- Le **résultat opérationnel courant du pôle Antennes** s'établit à 156,6 millions d'euros, en forte progression de 62,3 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante de 12,6%, en progression de 5 points sur un an.

Studios et Divertissements

- Les **revenus du pôle Studios et Divertissements** s'établissent à 245,3 millions d'euros sur les neuf premiers mois de l'année, en recul de 36,5 millions d'euros sur un an. Cette variation s'explique principalement par la déconsolidation de Téléshopping cédée début avril 2019.

L'activité de Newen a été conforme à la saisonnalité habituellement constatée sur un troisième trimestre. L'acquisition, début octobre, de la société canadienne Reel One spécialisée dans la production et distribution de téléfilms, permettra à Newen de diversifier son catalogue avec un genre plébiscité par un grand nombre de diffuseurs.

Enfin, les revenus de TF1 Entertainment continuent de croître grâce au label musical PlayTwo et compensent la moindre performance de TF1 Studios depuis le début de l'année.

- Le **résultat opérationnel courant** de ce pôle s'établit à 25,0 millions d'euros, en recul de 2,3 millions d'euros sur un an, dégagant un taux de marge opérationnelle de 10,2%.

Digital (Unify)

- Les **revenus du pôle Digital (Unify)** s'établissent à 123,7 millions d'euros. Les activités de e-commerce communautaire et programmatique en France expliquent en grande partie la croissance constatée au troisième trimestre.

Suite aux acquisitions réalisées au cours des derniers mois, l'année 2019 est principalement consacrée à la réorganisation et la structuration d'un pôle digital intégré comme en témoigne la mise en place, en septembre, d'une régie unique, Unify Advertising. Celle-ci propose une offre publicitaire digitale puissante et complémentaire à celle des Antennes.

- Le **résultat opérationnel courant** s'élève à 2,8 millions d'euros.

³ Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans.

⁴ 18h-23h.

Structure financière

Au 30 septembre 2019, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 581,1 millions d'euros pour un total de bilan de 3 234,1 millions d'euros.

Avant prise en compte des obligations locatives⁵, le groupe TF1 affiche une dette nette de 53,3 millions d'euros au 30 septembre 2019 (dette nette de 147,8 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives⁴), contre une dette nette de 27,5 millions d'euros à fin décembre 2018 (dette nette de 130,9 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives⁴). Le cash-flow généré par l'activité s'élève à 277,1 millions d'euros, en croissance sur un an, et a permis le versement du dividende ainsi que le financement du développement de nos activités de production et de nos opérations de croissance externe.

Performance extra-financière

Au cours des neuf premiers mois de l'année, le Groupe a été confirmé dans les indices extra-financiers suivants : DJSI (renouvellement en septembre) et MSCI (renouvellement en juillet) venant récompenser l'engagement du Groupe en matière de RSE.

Plus récemment, le groupe TF1 a renouvelé sa place de premier groupe media dans le top 100 mondial des entreprises les plus respectueuses de l'égalité hommes-femmes⁶ soulignant son engagement en faveur de l'égalité professionnelle et de la représentation de la diversité de la société dans son ensemble.

Perspectives

Les résultats des neuf premiers mois 2019 confirment la capacité du groupe TF1 à **améliorer sa rentabilité** conformément à son objectif.

Le Groupe réitère les guidances suivantes :

- **en 2019 :**
 - o un **taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres** ;

- **en moyenne sur 2019-2020 :**
 - o un **coût total des programmes de 990 millions d'euros** ;

- **en 2021 :**
 - o un **chiffre d'affaires du pôle Digital (Unify) d'au moins 250 millions** ;
 - o un **taux de marge d'EBITDA du pôle Digital (Unify) d'au moins 15%** ;
 - o une **amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés⁷** du groupe TF1 par rapport à celle de 2018.

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 des neuf premiers mois 2019 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.

Une conférence call aura lieu le 30 octobre à 9h (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 - mcarcabal@tf1.fr

DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr

⁵ Norme IFRS 16 entrée en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2019.

⁶ Source Equileap.

⁷ ROCE = (ROC courant - impôt théorique + résultat des entités associées) de l'année N / moyenne des capitaux engagés sur les années N et N-1 avec capitaux engagés = capitaux propres y compris minoritaires + dette nette fin de période. Hors impact IFRS16, le ROCE du groupe TF1 s'élève à 8,8% en 2018.