

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

RÉSULTATS DU 1^{er} TRIMESTRE 2020 DU GROUPE TF1

Un chiffre d'affaires à 494 millions d'euros, en baisse de -10,8%¹ liée à un recul de la publicité

Forte réactivité sur le coût des programmes avec une économie de 23 millions d'euros

Un résultat opérationnel courant en baisse à 42 millions d'euros

Un premier trimestre impacté par les premiers effets du Covid-19

Boulogne, le 29 avril 2020

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 29 avril 2020 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du 1^{er} trimestre 2020. 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 du T1 2020, ainsi que sur le site : www.groupe-tf1.fr.

(M€)	T1 2020	T1 2019	Var.	Var. %
Publicité Groupe	356,7	394,9	(38,2)	-9,7%
Autres activités	137,2	158,8	(21,6)	-13,6%
Chiffre d'affaires consolidé				
Antennes	389,9	419,7	(29,8)	-7,1%
Dont publicité	341,7	375,6	(33,9)	-9,0%
Studios et Divertissements	68,5	93,5	(25,0)	-26,7%
Unify	35,5	40,5	(5,0)	-12,3%
Chiffre d'affaires consolidé	493,9	553,7	(59,8)	-10,8%
Coût des programmes	(199,1)	(222,1)	(23,0)	10,3%
Antennes	43,8	49,9	(6,1)	-12,2%
Studios et Divertissements	2,1	13,1	(11,0)	-84,0%
Unify	(3,9)	(0,1)	(3,8)	N/A
Résultat opérationnel courant	42,0	62,9	(20,9)	-33,2%
Taux de marge opérationnelle courante	8,5%	11,4%	-	-2,9pts
Résultat net part du Groupe	24,0	40,6	(16,6)	-40,9%

Le **chiffre d'affaires consolidé** du premier trimestre 2020 du groupe TF1 s'élève à **493,9 millions d'euros**, en recul de 59,8 millions d'euros (-10,8%)¹. **Hors effet périmètre**, le chiffre d'affaires du groupe TF1 est en baisse de **-8,5%**.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 356,7 millions d'euros, en recul sur un an (-9,7%). Après une performance en ligne avec nos attentes sur les mois de janvier et février, cette baisse s'explique par l'annulation progressive à compter du mois de mars de nombreuses campagnes publicitaires dans un contexte de crise lié au Covid-19.

Le **résultat opérationnel courant** s'élève à **42,0 millions d'euros**², en recul de 20,9 millions d'euros. Cette baisse est limitée grâce à un effort important du Groupe pour réaliser des économies de coûts et proposer une offre de programmes adaptés au contexte de crise.

Au global, l'impact de la crise sur les 15 derniers jours de mars se traduit par une baisse du chiffre d'affaires publicitaire de l'ordre de 35 à 40 millions d'euros, générant un manque à gagner en marge brute d'environ 10 millions d'euros. A ces pertes s'ajoutent des coûts spécifiques à la lutte contre le Covid-19 estimés à environ 3 millions d'euros générant un impact sur le résultat opérationnel courant de l'ordre de 13 millions d'euros.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **24,0 millions d'euros**, en recul de 16,6 millions d'euros.

¹ Dont 12,7 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) pour le T1 2020 s'élève à 41,1 M€, en recul de -20,8 M€ sur un an.

Détail par activité

Dès le début du confinement, le groupe TF1 a veillé à ce que l'ensemble de ses collaborateurs et partenaires exercent leurs différents métiers dans le respect des consignes de sécurité données par le Gouvernement. Depuis mi-mars, le Groupe a généralisé la pratique du télétravail qui, en période de confinement, concerne environ 90% des effectifs du Groupe.

Antennes³

— **La part d'audience du groupe TF1 sur les cibles publicitaires se maintient à un haut niveau** au premier trimestre (31,6% sur les FRDA<50⁴ et 28,8% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans). Le début d'année a été marqué par le retour des marques fortes de divertissement telles que *The Voice* et *Koh-Lanta*, le succès des fictions françaises comme *Peur sur le lac* ou *Munch*, ainsi que des séries américaines telles que *New Amsterdam* ou *Magnum*.

A compter du mois de mars et avec la mise en place du confinement se traduisant par un arrêt des tournages avec public et en direct, le Groupe a dû adapter ses choix de programmation :

- Offre d'information enrichie avec des journaux télévisés rallongés et l'intervention d'experts (jusqu'à 9,2 millions de téléspectateurs pour le JT de 20H, soit 31,8% de part d'audience et jusqu'à 9,0 millions de téléspectateurs pour le JT de 13H, soit 43,9% de part d'audience) ;
- Rediffusions de programmes familiaux tels que le film *Les Tuche* sur TF1 (5,8 millions de téléspectateurs ; 25,2% de part d'audience) ou les séries *Friends* et *Une nounou d'enfer* sur TFX ;
- Maintien d'inédits tels que *The Voice*, *Koh Lanta*, *Quotidien*, *C Canteloup* en adaptant les durées ou les formats aux nouvelles conditions de tournage ;
- Recherche d'un programme de substitution en *Access* suite à l'arrêt du tournage de *Demain nous appartient*, avec plusieurs lancements (*Sept à huit la quotidienne*, *Qui veut gagner des millions à la maison*) ;
- Apport significatif des audiences non linéaires sur MYTF1. Ainsi, TF1 réalise un record d'audience sur le trimestre avec 580 millions de vidéos vues⁵, en progression de +44% sur un an.

— **Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 389,9 millions d'euros, en recul de 29,8 millions d'euros (-7,1%).**

- Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, au premier trimestre 2020, à 341,7 millions d'euros (-9,0%). Après un début d'année en légère croissance, la régie publicitaire a enregistré, à compter du mois de mars, des reports et annulations significatifs de campagnes publicitaires ; dans un premier temps contenus au secteur tourisme/voyage, ils se sont étendus à la plupart des secteurs dès les premières mesures de confinement liées à la crise du Covid-19.
- Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en hausse de 4,1 millions d'euros sur un an. Cette hausse est liée à une bonne performance de l'interactivité en lien avec des audiences fortes notamment sur les programmes phares tels que *The Voice*, *Petits plats en équilibre* ou *Les 12 coups de midi*.

— **Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 199,1 millions d'euros.** Les investissements en grille prévus en début d'année ont été ajustés à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire permettant de générer 23,0 millions d'euros d'économies sur le trimestre. La grande réactivité des équipes a ainsi permis au groupe TF1 de réduire l'impact de la crise sur la marge brute des Antennes.

— **Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 43,8 millions d'euros**, en baisse de 6,1 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante de 11,2% (-0,7 point sur un an) traduisant la capacité d'adaptation rapide du pôle Antennes.

La crise intervenue depuis le début du mois de mars confirme la légitimité du média TV auprès de toutes les générations. Ainsi, selon Médiamétrie, la consommation TV quotidienne d'un français s'élève à 4h44 par jour pendant les quinze premiers jours de confinement, **en hausse de 1h14 sur un an⁶**. Sur la même période, la durée d'écoute de la télévision des jeunes âgés de 15 à 34 ans est passée de 1h37 à 2h35. Dans ce contexte, en tant que média s'adressant à un large public, le groupe TF1 joue pleinement son rôle sociétal. Au mois de mars, les téléspectateurs ont regardé la chaîne TF1 en moyenne 48 minutes par jour, soit 15% de plus qu'en mars 2019.

³ Médiamétrie.

⁴ Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans.

⁵ Audiences 4 écrans live inclus, hors info, et hors APP FAI.

⁶ Du 16 au 29 mars 2020 vs mars 2019.

Studios et Divertissements

- **Les revenus du pôle Studios et Divertissements s'établissent à 68,5 millions d'euros au premier trimestre 2020, en recul de 25,0 millions d'euros sur un an.** Cette baisse est principalement expliquée par l'impact de 20 millions d'euros de la déconsolidation de Téléshopping intervenue au deuxième trimestre 2019.

Conformément aux attentes, l'activité de Newen du premier trimestre est impactée par l'anticipation de la livraison de certaines productions dès le quatrième trimestre 2019. De plus, l'arrêt complet des tournages en France et à l'étranger sur les 15 derniers jours du trimestre suite aux mesures de confinement explique en partie la baisse du chiffre d'affaires. Enfin, le carnet de commandes à fin mars est stable par rapport à la fin de l'année 2019 à plus de 1 500 heures, traduisant des reports de livraisons des productions commandées.

Concernant TF1 Studio, la baisse du chiffre d'affaires est liée à une activité réduite avec moins de sorties en salle par rapport à l'année dernière et la poursuite de la baisse structurelle de l'activité de vente de vidéos physiques.

Enfin, l'activité de TF1 Entertainment enregistre une baisse de son chiffre d'affaires liée à un effet de saisonnalité, ainsi qu'à l'annulation des événements musicaux et la fermeture de la Seine musicale à compter du mois de mars.

- **Le résultat opérationnel courant de ce pôle s'établit à 2,1 millions d'euros.** La baisse enregistrée sur le trimestre s'explique à la fois par un recul de l'activité ainsi que par une base de comparaison défavorable notamment liée, l'an dernier, à la reprise comptable de factures non parvenues.

Unify

- **Les revenus du pôle Unify s'établissent à 35,5 millions d'euros, en recul de 5,0 millions d'euros sur un an.**

Les activités de publicité digitale, de programmation et de services aux annonceurs, en France comme à l'étranger, ont été fortement impactées par les annulations de campagnes à compter du mois de mars. **De plus, les audiences des sites Marmiton et Doctissimo ont particulièrement crû au premier trimestre (+24% de visites sur le site Marmiton sur un an⁷)** grâce aux initiatives mises en place pendant la période de crise (recettes spéciales confinement et *chatbot*).

L'activité de e-commerce communautaire (vente de box) a résisté sur le trimestre notamment grâce aux campagnes publicitaires TV sur les chaînes du groupe TF1 qui ont permis de recruter de nouveaux abonnés.

- **Le résultat opérationnel courant s'élève à -3,9 millions d'euros, en diminution de 3,8 millions d'euros ;** le recul de l'activité combiné à des coûts liés à la réorganisation en cours du pôle ont pesé sur sa rentabilité qui est traditionnellement plus faible en début d'année.

Structure financière

Au 31 mars 2020, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 588,6 millions d'euros pour un total de bilan de 3 476,1 millions d'euros.

Avant prise en compte des obligations locatives⁸, le groupe TF1 affiche une dette nette de 27,7 millions d'euros au 31 mars 2020 (dette nette de 127,7 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives⁸), contre une dette nette de 126,3 millions d'euros à fin décembre 2019 (dette nette de 225,8 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives⁸).

⁷ Google Analytics.

⁸ Norme IFRS 16 entrée en vigueur à compter du 1^{er} janvier 2019.

Actions solidaires du Groupe en période de Covid-19

Au premier trimestre 2020, au cœur de la crise sanitaire liée au Covid-19, le groupe TF1 s'est particulièrement mobilisé au travers des actions suivantes :

- Relais réguliers des messages d'intérêt général diffusés sur les antennes du Groupe relatifs aux gestes barrières à destination du grand public et des enfants ;
- **Campagnes d'appels aux dons auprès du grand public et des entreprises au travers de spots TV offerts gracieusement : soutien du personnel soignant, maintien du lien entre malades hospitalisés, personnes âgées en EHPAD ou isolées et leur famille, recherche et matériel médical ;**
- **Mise à disposition à titre gracieux par Unify d'une partie de son inventaire au profit des secteurs hospitaliers et des acteurs associatifs qui luttent activement contre cette pandémie ;**
- Association du groupe TF1 à l'opération "Nation Apprenante" du Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse avec la mise à disposition à titre gracieux de contenus sur les antennes d'Ushuaïa TV et d'Histoire TV, et accessibles sur la plateforme MYTF1.

Perspectives

Les résultats du premier trimestre 2020 traduisent les premiers effets de la crise liée au Covid-19, ainsi que la rapide capacité d'adaptation du Groupe en termes de programmation et de gestion des coûts.

Le deuxième trimestre 2020 sera très fortement impacté par la crise actuelle et ce sur toutes les activités du Groupe, en raison du prolongement de la période de confinement, d'un ajustement sur les coûts variables qui ne pourra être maintenu durablement dans les mêmes proportions, ainsi que d'une reprise de nos activités qui pourrait être lente et progressive.

Malgré l'impact économique significatif que représente cette crise majeure, le groupe TF1 reste confiant dans sa capacité à faire face. Il dispose d'une bonne situation financière avec peu d'endettement et un encours de lignes de crédit bancaires bilatérales disponibles, des métiers pérennes qui renforcent toute leur légitimité dans un tel contexte.

Comme annoncé dans le communiqué de presse du 1^{er} avril dernier, le groupe TF1 a renoncé à ses objectifs pour l'année 2020. Enfin, le Groupe maintient la suspension de ses objectifs 2021.

Le rapport sur l'information financière du premier trimestre 2020 est disponible sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/>.

Un call de présentation des résultats aura lieu le 29 avril 2020 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 ».

GROUPE TF1

DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - mcarcabal@tf1.fr

DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr