



Chiffre d'affaires consolidé 1^{er} semestre 2005 : 1 469,9 M€

Boulogne, le 28 juillet 2005

Le chiffre d'affaires du Groupe TF1 au 1^{er} semestre 2005 a évolué de la façon suivante :

Chiffre d'affaires 1^{er} semestre (M€)	2005 IFRS	2004 IFRS	2004 publié	Variation IFRS 05 / 04
• <i>Publicité Antenne TF1</i>	881,2	889,5	889,5	- 0,9%
• <i>Autres activités et divers</i>	588,7	605,4	591,2	- 2,8%
Groupe TF1	1 469,9	1 494,9	1 480,7	- 1,7%

Au 1^{er} semestre 2005, la chaîne TF1 enregistre une baisse de 0,9% de ses recettes publicitaires nettes, à 881,2 M€, due à la régression des investissements des secteurs Alimentation et Toilette-beauté. En revanche, les secteurs Télécommunications, Automobile et Services soutiennent la croissance. La part de marché publicitaire de TF1 ressort à 54,1% sur le semestre.

De janvier à juin 2005, TF1¹ affirme son leadership en réalisant 93 des 100 plus fortes audiences TV et en remportant 9 soirées sur 10, en progression par rapport à la même période en 2004. Les 7 premiers mois de l'année ont été marqués par les succès à l'Antenne de la fiction de l'été *Dolmen* (12,0 M de téléspectateurs en moyenne) et les bons débuts de la série *Lost, les Disparus* (6,4 M de téléspectateurs en moyenne sur les 15 premiers épisodes).

Les succès d'audience sont également au rendez-vous pour les chaînes thématiques². Eurosport, avec 2,0% de part d'audience, est devenue la première chaîne du câble et du satellite (ex-æquo avec RTL9) et TV Breizh, dont la part d'audience progresse de 0,5 point en un an, a pris la 3^{ème} place. Au total, six chaînes du groupe TF1 (Eurosport, TV Breizh, TF6, TMC, LCI et TPS Star) figurent dans le palmarès des 10 plus fortes parts d'audience dans l'univers offre élargie.

La baisse de 2,8% du chiffre d'affaires des autres activités est principalement due à :

- La déconsolidation des filiales *Studios 107* et *Visiowave* cédées au cours du 2^{ème} trimestre 2005 ;

- La baisse conjoncturelle de TF1 Vidéo, en l'absence de titres forts tels que *Le Seigneur des Anneaux III* et *Kill Bill volume 1* commercialisés au 1^{er} semestre 2004. Cependant, le 2nd semestre verra la mise sur le marché de produits à fort potentiel comme *Brice de Nice*, *Iznogoud* ou *Aviator*...

Concernant les autres activités, on retiendra :

- TPS, dont les revenus augmentent de 6% sur le semestre. Au 30 juin 2005, TPS comptait 1 351 192 abonnés³, en croissance de plus de 82 000 abonnés sur les 12 derniers mois et globalement stable par rapport au 31 décembre 2004, dans un contexte de marché marqué par le démarrage de la TNT ;
- Eurosport, qui enregistre sur 12 mois une croissance de 8,2% du nombre d'abonnés payants à 54,2 M, et le succès d'Eurosport 2, qui, moins de 6 mois après son lancement, est déjà distribuée en 6 langues auprès de plus de 17 M de foyers en Europe ;
- TF1 International, dont la filiale de distribution de films en salles TFM a connu un excellent 1^{er} semestre 2005, avec la distribution des films *Brice de Nice*, *Iznogoud*, *Le Dernier Trappeur* et *Aviator*, qui l'ont placée au 1^{er} rang des distributeurs sur la période.

Les comptes du 1^{er} semestre 2005 seront communiqués le 30 août après la clôture de la bourse.

¹ Source : Médiamétrie

² Source : Mediacabsat vague 9 – 27 déc. 2004 au 12 juin 2005

³ Abonnés satellite et ADSL

Contacts :