

Boulogne-Billancourt, le 21 juillet 2016

RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2016
Un chiffre d'affaires qui progresse au premier semestre de + 4,5 %
Résultat opérationnel courant : 57,5 millions d'euros

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 21 juillet 2016 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du premier semestre 2016.

Les résultats ci-après sont présentés selon la nouvelle décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1. La définition de chacun des secteurs, la répartition des entités consolidées par pôles opérationnels et les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels sont disponibles depuis le 21 avril 2016 sur le site du groupe TF1 : www.groupe-tf1.fr.

CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)	T1 2016	T1 2015	T2 2016	T2 2015	S1 2016	S1 2015	Var. M€	Var. %
Chiffre d'affaires	481,9	475,1	543,3	505,6	1 025,2	980,7	+ 44,5	+ 4,5 %
<i>dont publicité groupe TF1</i>	356,1	363,1	414,0	411,6	770,1	774,7	(4,6)	- 0,6 %
<i>dont autres activités</i>	125,8	112,0	129,3	94,0	255,1	206,0	+ 49,1	+ 23,8 %
Résultat opérationnel courant	14,8	28,1 *	42,7	69,2	57,5	97,3 *	(39,8)	- 40,9 %
Résultat opérationnel	(19,2)	28,1 *	22,0	57,3	2,8	85,4 *	(82,6)	- 96,7 %
Coût de l'endettement financier net	(0,2)	0,5	(0,4)	0,2	(0,6)	0,7	(1,3)	ns
Résultat net part du Groupe	(13,1)	32,7	12,5	28,3	(0,6)	61,0	(61,6)	ns

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France de 33,7 millions d'euros au T1 2015

Au 30 juin 2016, le **chiffre d'affaires consolidé** du Groupe s'élève à 1 025,2 millions d'euros (+ 4,5 %) ; il se compose :

- d'un chiffre d'affaires publicitaire Groupe de 770,1 millions d'euros, en baisse limitée de - 4,6 millions d'euros (- 0,6 %) ;
- d'un chiffre d'affaires des autres activités de 255,1 millions d'euros, en progression de 49,1 millions d'euros (+ 23,8 %) qui intègre Newen Studios depuis le 1^{er} janvier 2016.

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe s'élève à 57,5 millions d'euros, en baisse de 39,8 millions d'euros par rapport à la même période l'an dernier, qui s'explique notamment par le coût de diffusion de l'Euro 2016. Pour rappel, en 2015, la déconsolidation de la société Eurosport France avait un impact positif de 33,7 millions d'euros.

Au premier semestre 2016, le **résultat opérationnel** s'établit à 2,8 millions d'euros, intégrant 54,7 millions d'euros de charges non courantes, dans la continuité de ce qui a été annoncé en début d'année et enregistré au premier trimestre :

- la perte opérationnelle au premier trimestre de la chaîne LCI, dont le passage en clair est intervenu le 5 avril 2016,
- l'impact négatif sur le coût des programmes des fictions françaises du décret du 27 avril 2015 sur les parts de coproduction,
- les charges non courantes liées au plan de transformation du groupe TF1,
- l'amortissement du *goodwill* affecté, dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à - 0,6 million d'euros.

Détail par activité

M€	T1 2016	T1 2015	T2 2016	T2 2015	S1 2016	S1 2015	Var.	Var. %
Antennes	389,4	418,0	448,7	445,2	838,1	863,2	(25,1)	- 2,9 %
Antennes Gratuites	353,5	366,3	408,7	414,1	762,2	780,4	(18,2)	- 2,3 %
<i>dont publicité TV des chaînes gratuites</i>	341,3	343,6	394,9	389,7	736,2	733,3	+ 2,9	+ 0,4 %
Autres antennes et activités associées	35,9	51,7	40,0	31,1	75,9	82,8	(6,9)	- 8,3 %
Studios et divertissements	92,5	57,1	94,6	60,4	187,1	117,5	+ 69,6	+ 59,2 %
Chiffre d'affaires consolidé	481,9	475,1	543,3	505,6	1 025,2	980,7	+ 44,5	+ 4,5 %
Antennes	4,9	22,6	33,1	65,2	38,0	87,8	(49,8)	- 56,7 %
Antennes Gratuites	(3,5)	(18,6)	21,6	57,2	18,1	38,6	(20,5)	- 53,1 %
<i>dont coût des programmes</i>	(247,7)**	(243,5)	(269,8)**	(216,7)	(517,5)	(460,2)	(57,3)	+ 12,5 %
Autres antennes et activités associées	8,4	41,2 *	11,5	8,0	19,9	49,2 *	(29,3)	- 59,6 %
Studios et divertissements	9,9	5,5	9,6	4,0	19,5	9,5	+ 10,0	+ 105,3 %
Résultat opérationnel courant	14,8	28,1	42,7	69,2	57,5	97,3	(39,8)	- 40,9 %

* inclut le résultat de déconsolidation d'Eurosport France (33,7M€)

** dont - 19,7 millions d'euros (-15,3 millions d'euros au T1 et - 4,4 millions d'euros au T2 2016) de charges non courantes liées à la concomitance de méthodes de comptabilisation de fictions françaises produites avant et après le décret du 27 avril 2015 autorisant les chaînes à détenir des parts de coproduction au titre de leurs investissements en production indépendante

Audiences¹

A fin juin 2016, le groupe TF1 est *leader* des groupes privés en France avec une part d'audience cumulée de ses 5 chaînes en clair qui est de 27,1 % sur les Individus âgés de 4 ans et plus (- 0,7 point par rapport au premier semestre 2015).

Sur les Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats, la part d'audience du groupe TF1 est de 31,4 % (- 0,6 point).

Dans un contexte particulier de montée en puissance des chaînes de la TNT HD qui ont achevé en avril 2016 leur initialisation, et de pression concurrentielle particulièrement élevée sur la programmation de l'ensemble des chaînes de télévision gratuite, le Groupe continue de privilégier :

- **la puissance dans les cases stratégiques du groupe TF1** qui confirme en particulier son *leadership* et sa puissance en *prime time*, il a rassemblé en moyenne au semestre 7,4 millions de téléspectateurs en *prime time*².

La chaîne TF1 affiche 47 des 50 meilleures audiences du semestre.

- **de bonnes performances sur les cibles publicitaires de ses chaînes de la TNT**, notamment les Individus de 25 à 49 ans. Le pôle TNT affiche des audiences en forte croissance. La part d'audience réalisée auprès des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats atteint au premier semestre 8.9 % (+ 0.5 point en un an). Le pôle est leader sur la TNT.
- **les événements** : à l'occasion de l'Euro 2016, TF1 a réalisé d'excellentes audiences, avec un record de 19,2 millions de téléspectateurs lors du match France Allemagne. TMC a réalisé un record historique avec 3,5 millions de téléspectateurs, soit une part d'audience de 5,8% sur les individus âgés de 4 ans et plus. Le magazine d'après match, *Le Mag* a été le plus suivi de la compétition parmi ceux proposés par d'autres chaînes, avec une moyenne de 4,4 millions de téléspectateurs et a atteint jusqu'à 10 millions de téléspectateurs après la demi-finale remportée par la France.
- **l'innovation dans les programmes** : TF1 continue à innover avec le plus grand nombre de lancements de programmes en 2016 (15 nouveautés au premier semestre 2016).
- **la maîtrise du coût des programmes.**

¹ Source : Médiamétrie. LCI : performances en payant non prises en compte
² Source : Médiamétrie-Mediamat / Tranche Horaire prime time 21h00-22h45

Antennes

Le chiffre d'affaires publicitaire des 5 chaînes en clair est en légère progression (+ 0,4 %). Au cours du semestre, la chaîne TF1 a poursuivi sa stratégie de maintien de la valeur des écrans publicitaires.

Hors publicité des cinq chaînes gratuites, les autres revenus du secteur Antennes (109,1 millions d'euros au premier semestre 2016) sont en baisse de - 10,2 millions d'euros à périmètre comparable (hors l'effet périmètre de déconsolidation d'Eurosport France pour 17,8 millions d'euros de chiffre d'affaires au T1 2015) en raison de

- l'arrêt des revenus de distribution de LCI en 2016
- la baisse des revenus de *Metronews*, dont la version papier était encore publiée au 1^{er} semestre 2015
- le non renouvellement des contrats de régie de beIN Sport et du groupe Discovery

L'activité digitale connaît une forte croissance sur le semestre. E-TF1 a notamment enregistré des records sur le digital à l'occasion de l'Euro, avec 13 millions de visites sur le site Euro 2016 de MYTF1, 14 millions de vidéos consommées sur le Replay des matchs (extraits, bonus, matchs en intégralité), plus de 23 millions d'interactions sociales sur les réseaux sociaux.

A fin juin, le coût des programmes des 5 chaînes gratuites du Groupe s'établit à 517,5 millions d'euros. Il inclut le coût des programmes de LCI à compter du 5 avril 2016, 37,9 millions d'euros de coût de diffusion des 19 matchs de l'Euro 2016 ainsi que 19,7 millions d'euros de charges non courantes liées au traitement comptable des fictions françaises diffusées au premier semestre 2016 à la suite du décret du 27 avril 2015 ouvrant à TF1 le droit de disposer des parts de coproduction. Hors événement sportif et hors charges non courantes, le coût des programmes est donc stable à 459,8 millions d'euros.

Le résultat opérationnel courant du secteur Antennes s'établit à 38,0 millions d'euros, en baisse de 16,1 millions d'euros par rapport au S1 2015, à périmètre comparable c'est-à-dire hors résultat de déconsolidation de la société Eurosport France pour 33,7 millions d'euros au premier trimestre 2015.

Studios et Divertissements

Le chiffre d'affaires du secteur **Studios et Divertissements** (incluant Newen Studios) est en progression de 69,6 millions d'euros, le résultat opérationnel courant augmente de 10,0 millions d'euros par rapport au premier semestre 2015. TF1 Entertainment voit son chiffre d'affaires progresser au cours du semestre, l'activité de Téléshopping étant, quant à elle, en recul sur la période notamment en raison du renouvellement en cours de la gamme de produits.

Structure financière

Au 30 juin 2016, les capitaux propres part du Groupe de TF1 s'élèvent à 1 463,7 millions d'euros pour un total bilan de 3 302,9 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin juin à 355,2 millions d'euros, contre 700,8 au 31 décembre 2015, du fait notamment du décaissement lié à l'acquisition de 70 % de Newen Studios, du versement de 167,3 millions d'euros de dividende et des rachats d'actions effectués au deuxième trimestre.

La trésorerie nette s'établit à fin juin 2016 à 133,1 millions d'euros, contre 700,8 millions d'euros au 31 décembre 2015, prenant en compte l'ensemble des effets de l'acquisition de Newen Studios.

Perspectives

Le marché publicitaire TV pourrait être en légère hausse en 2016.

La rentrée sera marquée, pour la chaîne TF1, par des programmes forts, divertissements comme *Koh Lanta*, une nouvelle saison de *Danse avec les stars*, *The Voice Kids*, ou *Miss France*, de fictions françaises (*La vengeance aux yeux clairs*, *La main du mal*) ou de séries américaines comme *Blindspot*. Les chaînes de la TNT verront leur identité renforcée, en parfaite complémentarité avec la chaîne TF1. Leur grille sera renforcée par l'arrivée d'animateurs phares (Yann Barthès sur TMC et TF1, Yves Calvi sur LCI). De nouveaux programmes comme la Web série développée avec Norman et Cyprien, permettront d'atteindre de nouveaux publics, notamment des cibles plus jeunes. Le groupe TF1 tirera parti du lancement de la nouvelle offre d'information portée par LCI en clair.

Ces programmes phares et renouvelés constitueront autant d'opportunités d'investissements pour les annonceurs.

Dans un contexte concurrentiel intense en France, le groupe TF1 poursuit son ambition pour les années à venir :

- renforcer le leadership du groupe TF1 sur la télévision en clair en France en préservant la puissance de la chaîne TF1 grâce à des contenus fédérateurs et en développant les chaînes de la TNT ;
- être la régie capable d'offrir la puissance d'une offre unique et un ciblage extrêmement pointu.
- créer l'offre digitale média référente du marché ;
- devenir un référent de la création télévisée en France et à l'international ;

Le Groupe maintient enfin pour 2016 son estimation du coût des programmes des cinq chaînes gratuites (de l'ordre de 980 millions d'euros, hors charges non courantes et hors événement sportif) et du montant des charges non courantes, 86 millions d'euros, comprenant les effets du passage de la chaîne LCI en gratuit, l'accélération de la transformation du Groupe dans le cadre de sa nouvelle ambition, le traitement pour 26 millions d'euros des fictions françaises à la suite du décret d'avril 2015, et les incidences comptables liées à la consolidation de Newen Studios.

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 du premier semestre 2016 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.
Une conférence téléphonique aura lieu le 21 juillet 2016 à 18h30 (heure de Paris).

CONTACTS

<http://www.groupe-tf1.fr/>

TF1 - Direction des Relations Investisseurs / Investor Relations – Courriel / email : comfi@tf1.fr
TF1 - Direction de la Communication / Corporate Communication – Courriel / email : vduval@tf1.fr