

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 30 octobre 2018

### RESULTATS DES 9 PREMIERS MOIS 2018 DU GROUPE TF1

**Une part d'audience Groupe sur cibles<sup>1</sup> en hausse à 32,4% (+0,4 point sur un an)**

**Une hausse du chiffre d'affaires publicitaire TV de +2,5%, portée par la croissance soutenue au troisième trimestre (+6,6%)**

**Un résultat opérationnel courant de 124,2 millions d'euros, en progression (+7,7 millions d'euros)**

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 30 octobre 2018 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du troisième trimestre 2018.

Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 et selon les normes IFRS 9 et IFRS 15 applicables depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2018. Les données historiques de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels publiées et retraitées sont disponibles dans le rapport sur l'information financière du troisième trimestre 2018, ainsi que sur le site du groupe TF1 : [www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr).

| CHIFFRES CONSOLIDÉS (M€)              | S1 2018        | S1 2017        | T3 2018      | T3 2017      | 9M 2018        | 9M 2017        | Var. M€      | Var. %       |
|---------------------------------------|----------------|----------------|--------------|--------------|----------------|----------------|--------------|--------------|
| <b>Chiffre d'affaires</b>             | <b>1 083,6</b> | <b>1 042,8</b> | <b>492,0</b> | <b>431,7</b> | <b>1 575,6</b> | <b>1 474,5</b> | <b>101,1</b> | <b>6,9%</b>  |
| Publicité groupe TF1                  | 812,4          | 784,2          | 339,3        | 300,8        | 1 151,7        | 1 085,0        | 66,7         | 6,1%         |
| Autres activités                      | 271,2          | 258,6          | 152,7        | 130,9        | 423,9          | 389,5          | 34,4         | 8,8%         |
| <b>Résultat opérationnel courant</b>  | <b>100,5</b>   | <b>108,0</b>   | <b>23,7</b>  | <b>8,5</b>   | <b>124,2</b>   | <b>116,5</b>   | <b>7,7</b>   | <b>6,6%</b>  |
| Taux de marge opérationnelle courante | 9,3%           | 10,4%          | 4,8%         | 2,0%         | 7,9%           | 7,9%           | -            | -0,0pt       |
| <b>Résultat opérationnel</b>          | <b>89,5</b>    | <b>96,4</b>    | <b>18,3</b>  | <b>2,6</b>   | <b>107,8</b>   | <b>99,0</b>    | <b>8,8</b>   | <b>8,9%</b>  |
| Coût de l'endettement financier net   | (1,0)          | (1,1)          | (0,2)        | (0,1)        | (1,2)          | (1,2)          | 0,0          | 0,0%         |
| <b>Résultat net part du Groupe</b>    | <b>65,8</b>    | <b>74,8</b>    | <b>15,9</b>  | <b>10,4</b>  | <b>81,7</b>    | <b>85,2</b>    | <b>(3,5)</b> | <b>-4,1%</b> |

Le **chiffre d'affaires consolidé** du groupe TF1 s'élève pour les 9 premiers mois de 2018 à **1 575,6 millions d'euros**, en hausse de +6,9%<sup>2</sup> grâce à :

- La **bonne performance du chiffre d'affaires publicitaire du média télévision** liée au succès de la Coupe du Monde de Football et de la programmation de rentrée ;
- L'impact croissant des **accords avec les opérateurs télécoms** ;
- La **stratégie de diversification du Groupe** qui commence à porter ses fruits avec notamment la consolidation des activités du pôle digital.

Le **résultat opérationnel courant** du Groupe pour les neuf premiers mois 2018 s'élève à **124,2 millions d'euros** (116,5 millions d'euros un an plus tôt), **en hausse de 7,7 millions d'euros**, traduisant d'une part l'intégration de **nouvelles sources de revenus**, et démontrant d'autre part la capacité du Groupe à **adapter sa structure de coûts** pour optimiser sa rentabilité.

Le taux de marge opérationnelle courante incluant les coûts de diffusion de la Coupe du Monde de 72 millions d'euros, est stable sur un an à 7,9%. Hors coût de la Coupe du Monde, le taux de marge opérationnelle courante s'élève à 12,4%, en hausse de 4,5 points par rapport à l'année précédente.

Le **résultat opérationnel du Groupe** s'établit à **107,8 millions d'euros** après la prise en compte de 16,4 millions d'euros de charges non courantes, correspondant à l'amortissement des droits audiovisuels réévalués dans le cadre de l'acquisition de Newen Studios.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **81,7 millions d'euros**, en recul de 3,5 millions d'euros. Pour rappel, en 2017, le résultat net incluait le résultat de la cession de la participation dans Groupe AB.

<sup>1</sup> FRDA<50 : Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

<sup>2</sup> Hors effet périmètre, la croissance du chiffre d'affaires sur les neuf premiers mois est de +2,4%.

## Audiences<sup>3</sup>

Sur les neuf premiers mois 2018, la part d'audience du **groupe TF1** progresse de 0,4 point sur chacune des cibles commerciales et atteint respectivement 32,4% sur les FRDA<50 et 29,2% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans.

Sur le troisième trimestre, le Groupe enregistre une forte progression tant sur la cible des FRDA<50 à +1,7 point que sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans à +2 points.

**La chaîne TF1**, poursuit, pour le quatrième trimestre consécutif, sa progression sur la cible FRDA<50 avec une part d'audience de **22,6% au troisième trimestre 2018 (en hausse de + 1,2 point sur un an)**, qui accroît ainsi de 2,7 points l'écart avec la principale chaîne concurrente privée. Sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, la chaîne progresse également fortement ce trimestre avec une hausse de 1,6 point. Ces fortes progressions sont liées à une programmation généraliste et événementielle avec les succès suivants : la *Coupe du Monde* avec 20 des 50 meilleures audiences 2018 à fin septembre, la série *Good Doctor* (meilleur lancement depuis la série *Lost* en 2015 avec jusqu'à 7,9 millions de téléspectateurs et une moyenne de 47% de part d'audience sur les FRDA<50), la fiction française avec *Insoupçonnable* (jusqu'à 5,9 millions de téléspectateurs et une moyenne de 29% de part d'audience sur les FRDA<50) et, en *access*, *Demain Nous Appartient* à ses plus hauts niveaux (jusqu'à plus de 4,0 millions de téléspectateurs), ou encore le retour des grandes franchises de divertissement notamment avec *Danse avec les stars* (le lancement de la nouvelle saison a attiré 5,2 millions de téléspectateurs soit une part d'audience de 39% sur les FRDA<50).

En matière d'information, les journaux télévisés restent largement *leader* sur ce trimestre. Le 20H a rassemblé jusqu'à 8,4 millions de téléspectateurs et 4,8 millions en moyenne, et Le 13H jusqu'à 5,3 millions de téléspectateurs et 4,6 millions en moyenne. La chaîne TF1 a optimisé le carrefour stratégique 20h-21h grâce à la diffusion, en semaine, de *20H Le Mag*, nouveau magazine d'information lancé en mars 2018, qui a permis d'atteindre 4,6 millions de téléspectateurs en moyenne.

**Les chaînes du pôle TNT** (TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI), qui constituent le pôle *leader* sur la TNT avec une part d'audience de 9,6% sur la cible des FRDA<50 sur le trimestre (+0,5 point sur un an) et de 8,6% sur les Individus âgés de 25 à 49 ans (+0,4 point sur un an). Au cours du troisième trimestre 2018, TMC est *leader* des chaînes de la TNT sur la cible des Individus âgés de 25 à 49 ans grâce à la reprise, en *access prime-time*, de *Quotidien* en septembre à son plus haut niveau cette année avec jusqu'à 1,5 million téléspectateurs (12% de part d'audience, *leader* TNT sur cette case), et, en *prime-time*, à *Burger Quiz* (jusqu'à 1,2 million de téléspectateurs, 12% de part d'audience) et à des films tels que *Expendables* (1,2 million de téléspectateurs).

Les chaînes TFX et TF1 Séries Films restent toujours particulièrement dynamiques : TFX maintient sa performance auprès de sa cible les Individus âgés de 15 à 24 ans avec une part d'audience de 4,1%, 2<sup>ème</sup> chaîne TNT grâce à des programmes de télé-réalité (*La Villa : la bataille des couples* et *Beauty match*) ; TF1 Séries Films affiche 2,3% sur la cible des FRDA<50, en progression de +0,2 point sur un an (record à 1,2 million de téléspectateurs pour le lancement de la série *The Handmaid's tale : la servante écarlate*).

LCI affiche une part d'audience de 0,6 % sur la cible des Individus âgés de 4 ans et plus, confirmant sa place de deuxième chaîne d'information française.

**MYTF1** réalise une bonne performance sur le trimestre avec 326 millions de vidéos vues<sup>4</sup>, en progression de + 6,8% sur un an soutenue notamment par des programmes phares tels que *La Villa : la bataille des couples* diffusée sur TFX (47 millions de vidéos vues), *La Coupe du Monde* (21 millions de vidéos vues) ou *Good Doctor* (14 millions de vidéos vues).

A fin septembre, MYTF1 a atteint la barre du milliard de vidéos vues, en progression de +10% sur un an.

<sup>3</sup> Source : Médiamétrie-Médiamat.

<sup>4</sup> Hors contenus d'information, hors contenus XTRA, et sessions *live*.

## Détail par activité

Suite à l'acquisition du groupe AUFEMININ le 27 avril dernier, une nouvelle décomposition des secteurs est entrée en application à compter du deuxième trimestre 2018. Elle concerne principalement la création d'un nouveau secteur « Digital » regroupant les activités du groupe AUFEMININ, ainsi que Neweb, Studio71, TF1 Digital Factory et MinuteBuzz<sup>5</sup>. Au vu du caractère peu significatif des impacts sur 2017 et sur le premier trimestre 2018, il n'y a pas de retraitement des périodes antérieures.

| M€                                       | S1 2018        | S1 2017        | T3 2018        | T3 2017        | 9M 2018        | 9M 2017        | Var.          | Var. %        |
|------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|---------------|
| <b>Chiffre d'affaires consolidé</b>      | <b>1 083,6</b> | <b>1 042,8</b> | <b>492,0</b>   | <b>431,7</b>   | <b>1 575,6</b> | <b>1 474,5</b> | <b>101,1</b>  | <b>6,9%</b>   |
| <b>Antennes</b>                          | <b>869</b>     | <b>857,5</b>   | <b>363,4</b>   | <b>331,5</b>   | <b>1 232,4</b> | <b>1 189,0</b> | <b>43,4</b>   | <b>3,7%</b>   |
| <i>Publicité TV des chaînes en clair</i> | 754,5          | 747,3          | 303,9          | 285,1          | 1 058,3        | 1 032,4        | 25,9          | 2,5%          |
| <b>Studios et divertissements</b>        | <b>185,8</b>   | <b>185,3</b>   | <b>96,0</b>    | <b>100,2</b>   | <b>281,8</b>   | <b>285,5</b>   | <b>(3,7)</b>  | <b>-1,3%</b>  |
| <b>Digital *</b>                         | <b>28,8</b>    | <b>-</b>       | <b>32,6</b>    | <b>-</b>       | <b>61,4</b>    | <b>-</b>       | <b>61,4</b>   | <b>N/A</b>    |
| <b>Résultat opérationnel courant</b>     | <b>100,5</b>   | <b>108,0</b>   | <b>23,7</b>    | <b>8,5</b>     | <b>124,2</b>   | <b>116,5</b>   | <b>7,7</b>    | <b>6,6%</b>   |
| <b>Antennes</b>                          | <b>79,3</b>    | <b>91,5</b>    | <b>14,0</b>    | <b>(8,0)</b>   | <b>93,3</b>    | <b>83,5</b>    | <b>9,8</b>    | <b>11,7%</b>  |
| <b>Studios et divertissements</b>        | <b>18,6</b>    | <b>16,5</b>    | <b>7,5</b>     | <b>16,5</b>    | <b>26,1</b>    | <b>33,0</b>    | <b>(6,9)</b>  | <b>-20,9%</b> |
| <b>Digital *</b>                         | <b>2,6</b>     | <b>-</b>       | <b>2,2</b>     | <b>-</b>       | <b>4,8</b>     | <b>-</b>       | <b>4,8</b>    | <b>N/A</b>    |
| <b>Coût des programmes</b>               | <b>499,2</b>   | <b>482,2</b>   | <b>(226,7)</b> | <b>(211,7)</b> | <b>(725,9)</b> | <b>(693,9)</b> | <b>(32,0)</b> | <b>4,6%</b>   |
| <i>Coupe du Monde de Football</i>        | (46,0)         | -              | (25,7)         | -              | (71,7)         | -              | (71,7)        | N/A           |

\* Le groupe AUFEMININ est consolidé depuis mai 2018

### Antennes

Le **chiffre d'affaires du secteur des Antennes** s'établit, sur les neuf premiers mois, à 1 232,4 millions d'euros, en progression de 43,4 millions d'euros. Cette hausse est principalement liée à la progression du chiffre d'affaires publicitaire des cinq chaînes en clair (25,9 millions d'euros) et aux revenus issus des accords signés avec l'ensemble des opérateurs télécoms, démontrant ainsi la capacité du Groupe à monétiser les contenus les plus fédérateurs.

Le **coût des programmes** des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 725,9 millions d'euros en cumul à fin septembre 2018, soit une augmentation nette de 32 millions d'euros sur un an : ils incluent 71,7 millions d'euros de coûts de Coupe du Monde de Football<sup>6</sup> et des économies de 39,7 millions d'euros, attestant de l'agilité du Groupe à piloter au mieux sa structure de coûts de grille en maintenant un niveau d'audiences élevé.

Le **résultat opérationnel courant du secteur Antennes** s'établit pour les neuf premiers mois de 2018 à 93,3 millions d'euros, en hausse de 9,8 millions d'euros sur un an.

### Studios et Divertissements

Les **revenus du secteur Studios et Divertissements** s'établissent à 281,8 millions d'euros en cumul depuis le début de l'année, en recul de 3,7 millions d'euros sur un an. Après un troisième trimestre 2017 particulièrement positif en termes de livraisons, Newen Studios retrouve des niveaux d'activité en ligne avec la saisonnalité traditionnelle. En outre, ces activités de production ne compensent pas le recul de TF1 Studios dont le *line-up* est moins favorable cette année, ainsi que des activités de vente de vidéos physiques et de vente à distance qui évoluent dans des marchés en décroissance. Enfin, le secteur est également impacté, depuis le deuxième trimestre 2018, par le reclassement de ses activités web (Neweb) dans le nouveau pôle digital.

Le **résultat opérationnel courant** de ce secteur s'établit pour les neuf premiers mois à 26,1 millions d'euros, en recul de 6,9 millions d'euros sur un an, impacté principalement par les charges liées au rachat, début juillet, des 30% résiduels dans Newen d'une part, et par les moindres performances des activités de cinéma et divertissement d'autre part.

### Digital

Les **revenus du nouveau secteur Digital** s'établissent à 61,4 millions d'euros sur neuf mois. Ils intègrent, notamment les revenus du groupe AUFEMININ depuis mai 2018.

Le **résultat opérationnel courant** de ce secteur s'établit sur cette même période à 4,8 millions d'euros. Il inclut également le résultat du groupe AUFEMININ impacté par les coûts d'acquisition liés à l'opération.

<sup>5</sup> Société mise en équivalence.

<sup>6</sup> Le coût des programmes de remplacement s'élève à 13,4 millions d'euros.

## Structure financière

Au 30 septembre 2018, le total des capitaux propres part du Groupe atteint 1 529,5 millions d'euros pour un total de bilan de 3 156,0 millions d'euros.

La trésorerie brute s'établit à fin septembre 2018 à 117,7 millions d'euros contre 495,5 millions d'euros à fin décembre 2017. La dette nette atteint 50,9 millions d'euros au 30 septembre 2018, contre une trésorerie nette de 256,7 millions d'euros à fin décembre 2017, après prise en compte de l'acquisition du groupe Aufeminin, des impacts du rachat des 30% résiduels de Newen Studios ainsi que des engagements et options sur les parts des minoritaires (Aufeminin notamment dans le cadre de l'OPR-RO).

Le Conseil d'Administration envisage de procéder à un **programme de rachat d'actions, pour un montant de 50 millions d'euros**<sup>7</sup>, sur la base de la résolution numéro 11 votée à l'Assemblée Générale du 19 avril dernier.

## Perspectives

Les résultats des neuf premiers mois 2018 confirment la tendance positive pour atteindre les *guidances* avec :

- Une marge opérationnelle courante hors événement sportif en hausse de 4,5 points sur un an, à 12,4% ;
- Un coût des programmes hors événement sportif majeur à 654,2 millions d'euros, contre 693,9 millions d'euros un an plus tôt ;
- Un chiffre d'affaires hors publicité des chaînes en clair qui représente 33% du chiffre d'affaires consolidé contre 30% un an plus tôt.

Le quatrième trimestre sera marqué par la diffusion de nouvelles séries (*La Vérité sur l'Affaire Harry Quebert*), le retour des divertissements tels que *The Voice Kids* et la soirée événement des 20 ans des *NRJ Music Awards*. Le Groupe continuera également sa politique de soutien à la fiction française avec notamment la diffusion de *Jacqueline Sauvage* et *Balthazar*.

Le groupe TF1 confirme ses *guidances*, à savoir :

- **dès 2018** :
  - o une **progression du taux de marge opérationnelle courante** pour le Groupe (hors événements sportifs majeurs) ;
- **en 2019** :
  - o une **croissance des activités hors publicité des cinq chaînes en clair qui devraient représenter au moins un tiers du chiffre d'affaires consolidé** ;
  - o un **objectif de taux de marge opérationnelle courante à deux chiffres** ;
- **en 2021** :
  - o un **chiffre d'affaires du pôle digital d'au moins 250 millions** ;
  - o un **niveau de marge d'EBITDA du pôle digital d'au moins 15%** ;
  - o une **amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés**<sup>8</sup> du groupe TF1<sup>9</sup>.
- Compte tenu des économies réalisées à fin septembre sur le coût des programmes, **le Groupe devrait atteindre dès 2018 l'objectif de 960 millions d'euros** (hors événements sportifs majeurs) pour les cinq chaînes en clair et **réitère sa guidance d'un coût des programmes moyen de 960 M€** (hors événements sportifs majeurs) **sur la période 2018-2020**.

Le rapport sur l'information financière du troisième trimestre 2018 est disponible sur le site <http://www.groupe-tf1.fr/>.  
Une conférence call aura lieu le 30 octobre 2018 à 18h30 (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](mailto:mcarcabal@tf1.fr)**  
**DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)**  
**@GroupeTF1**

<sup>7</sup> Lorsque le groupe TF1 décidera du lancement du programme, il communiquera conformément à la réglementation.

<sup>8</sup> 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. Le ROCE du groupe TF1 s'élève à 8,9% en 2017.

<sup>9</sup> ROCE 2021 supérieur à celui de 2018.