

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

# RÉSULTATS DU 1<sup>er</sup> SEMESTRE 2020 DU GROUPE TF1

Chiffre d'affaires consolidé à 884 millions d'euros, en baisse de -23%<sup>1</sup>, liée à l'impact de la crise du Covid-19

Forte réactivité du Groupe avec 107 millions d'euros d'économies sur le coût des programmes, permettant de limiter l'impact de la baisse d'activité

Résultat opérationnel courant à 68 millions d'euros

Boulogne, le 29 juillet 2020

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 28 juillet 2020 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du 1<sup>er</sup> semestre 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<sup>er</sup> janvier 2019. Les données de chiffre d'affaires et de résultat opérationnel publiées et retraitées sont disponibles dans le rapport sur l'information financière du S1 2020, ainsi que sur le site : [www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr).

(M€)	T1 2020	T1 2019	T2 2020	T2 2019	S1 2020	S1 2019	Var.	Var. %
Publicité Groupe	356,7	394,9	259,7	441,1	616,4	836,0	(219,6)	-26,3%
Autres activités	137,2	158,8	129,9	150,4	267,1	309,2	(42,1)	-13,6%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>								
Antennes	389,9	419,7	293,4	471,1	683,3	890,8	(207,5)	-23,3%
Dont publicité	341,7	375,6	244,4	415,8	586,1	791,4	(205,3)	-25,9%
Studios et Divertissements	68,5	93,5	63,3	75,3	131,8	168,8	(37,0)	-21,9%
Unify	35,5	40,5	32,9	45,1	68,4	85,6	(17,2)	-20,1%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>493,9</b>	<b>553,7</b>	<b>389,6</b>	<b>591,5</b>	<b>883,5</b>	<b>1 145,2</b>	<b>(261,7)</b>	<b>-22,9%</b>
<b>Coût des programmes</b>	<b>(199,1)</b>	<b>(222,1)</b>	<b>(139,7)</b>	<b>(224,1)</b>	<b>(338,8)</b>	<b>(446,2)</b>	<b>107,4</b>	<b>-24,1%</b>
Antennes	43,8	49,9	32,1	92,6	75,9	142,5	(66,6)	-46,7%
Studios et Divertissements	2,1	13,1	(2,1)	4,2	0,0	17,3	(17,3)	-100,0%
Unify	(3,9)	(0,1)	(4,2)	3,3	(8,1)	3,2	(11,3)	N/A
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>42,0</b>	<b>62,9</b>	<b>25,8</b>	<b>100,1</b>	<b>67,8</b>	<b>163,0</b>	<b>(95,2)</b>	<b>-58,4%</b>
Taux de marge opérationnelle courante	8,5%	11,4%	6,6%	16,9%	7,7%	14,2%	-	-6,6pts
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>24,0</b>	<b>40,6</b>	<b>14,4</b>	<b>66,7</b>	<b>38,4</b>	<b>107,3</b>	<b>(68,9)</b>	<b>-64,2%</b>

Gilles Pélisson, Président-Directeur général du groupe TF1, a déclaré :

« Les résultats du premier semestre démontrent la capacité d'adaptation du Groupe pour faire face à une crise qui a fortement impacté l'ensemble de nos activités. Ils attestent notamment du formidable engagement des collaborateurs du Groupe, de la résilience du modèle des Antennes et du caractère incontournable de nos offres. Le Groupe s'est mis en ordre de marche pour assurer un dernier quadrimestre qui réponde aux attentes de nos publics et de nos clients. »

<sup>1</sup> -22,6% hors effet périmètre de 7,4 millions d'euros (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

## Résultats du semestre

Le **chiffre d'affaires consolidé** du premier semestre 2020 s'élève à **883,5 millions d'euros**, en recul de 261,7 millions d'euros (-22,9%). **Hors effet périmètre**<sup>2</sup>, le chiffre d'affaires du groupe TF1 est en baisse de **-22,6%**.

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 616,4 millions d'euros, en fort recul sur un an (-26,3%). Après un début d'année impacté par les premiers effets de la crise liée au Covid-19, le deuxième trimestre est fortement en baisse en raison de l'annulation massive ou reports de campagnes publicitaires.

Le **résultat opérationnel courant** s'élève à **67,8 millions d'euros**<sup>3</sup>, en recul de 95,2 millions d'euros. Cette baisse est limitée sur l'ensemble du semestre grâce à un effort important du Groupe pour réaliser des économies de coûts et proposer une offre de programmes adaptés au contexte de crise.

**Impact Covid-19** : au global, l'impact de la crise sanitaire et ses conséquences sur les performances du Groupe au cours du premier semestre se traduisent par une perte d'opportunité de chiffre d'affaires de l'ordre de 250 millions d'euros et un impact sur le résultat opérationnel courant de l'ordre de 100 millions d'euros.

En conséquence, le **résultat net part du Groupe** s'établit à **38,4 millions d'euros**, en recul de 68,9 millions d'euros.

## Détail des activités

Le groupe TF1 a su s'adapter rapidement à la crise tout en préservant, en priorité, la santé des collaborateurs. Depuis mi-mars, le Groupe a notamment adapté son organisation et ses modes de travail afin d'assurer la continuité de ses activités. A ce titre, le Groupe a facilité la mise en place du télétravail et des mesures spécifiques ont été instaurées pour permettre, en priorité, aux équipes du pôle information de couvrir l'actualité.

## Actions solidaires du Groupe

Au premier semestre 2020, au cœur de la crise sanitaire liée au Covid-19, le groupe TF1 a mis à disposition ses antennes et supports digitaux au service d'opérations solidaires :

- **Campagnes d'appels aux dons et diffusion gracieuse de spots de sensibilisation** afin de soutenir le personnel soignant, les malades hospitalisés, les personnes âgées en EHPAD ou isolées, les femmes victimes de violence, la recherche médicale sur les virus émergents, le matériel médical ;
- **Adaptation de la programmation** et diffusion de programmes dédiés, à l'image de *Qui veut gagner des millions ? à la maison*, dont les fonds récoltés ont été reversés aux secteurs hospitaliers et acteurs associatifs qui luttent activement contre cette pandémie.

## Antennes<sup>4</sup>

L'intérêt des français pour la télévision n'a jamais été aussi élevé comme le prouve la très forte consommation TV sur le premier semestre à 3h56 (+26 minutes sur un an), avec 4h34 pendant le confinement<sup>5</sup> (+1h09 sur un an). En particulier, les jeunes âgés de 15 à 34 ans ont passé 1h59 chaque jour devant la télévision sur la même période, soit +17 minutes sur un an. Depuis le déconfinement, la durée d'écoute individuelle reste à un niveau élevé et atteint 3h41 en moyenne au mois de juin (+20 minutes sur un an).

— **La part d'audience du groupe TF1 sur la cible publicitaire des Individus âgés de 25 à 49 ans se maintient à un haut niveau** au premier semestre à **29,6%, stable sur un an**.

Pour accompagner les français pendant la période de crise, le Groupe a adapté son offre de contenus sur le premier semestre, afin de répondre au mieux à leur besoin d'information et de continuer à les divertir à travers :

- **Une offre d'information référente** grâce à des journaux télévisés rallongés et l'intervention d'experts et de figures politiques de premier rang (6,7 millions de téléspectateurs en moyenne pour le 20H et 6,3 millions pour le 13H, soit respectivement +1,3 million et +1,2 million de téléspectateurs sur un an) ;

<sup>2</sup> 7,4 millions d'euros d'effet périmètre (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

<sup>3</sup> Le résultat opérationnel courant après loyer (hors impact de la norme IFRS16) pour le S1 2020 s'élève à 66,1 M€, en recul de 95,0 M€ sur un an.

<sup>4</sup> Médiamétrie.

<sup>5</sup> Du 16 mars au 10 mai 2020.

- **Une offre cinéma renforcée** autour de deux propositions fortes : des comédies populaires cultes, à l'image des *Visiteurs* (8 millions de téléspectateurs), et des franchises internationales familiales comme la saga *Harry Potter* (7,2 millions de téléspectateurs en moyenne par épisode) ;
  - **Des programmes emblématiques de divertissement** qui ont accompagné les téléspectateurs sur plusieurs semaines grâce à une augmentation du nombre de soirées de diffusion (*Koh-Lanta*, *The Voice*) ;
  - **Une offre de contenus non linéaire sur MYTF1** qui enregistre 961 millions de vidéos vues<sup>6</sup> sur le premier semestre, en progression de +16% sur un an.
- **Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 683,3 millions d'euros**, en recul de 207,5 millions d'euros sur un an (-23,3%).
- Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, au premier semestre 2020, à 586,1 millions d'euros, en baisse de -205,3 millions d'euros (-25,9%). Dès le mois de mars, les annonceurs ont annulé ou reporté leurs campagnes publicitaires. Cette situation s'est fortement accélérée en avril et mai pendant la période de confinement. Depuis le déconfinement, la baisse ralentit grâce au retour progressif des annonceurs dans certains secteurs tels que les télécoms, le e-commerce, la santé. La régie publicitaire de TF1 a été active pendant cette période de crise en accompagnant ses clients dans l'élaboration de leurs messages publicitaires et en attirant de nouveaux annonceurs.
  - Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en baisse de -2,2 millions d'euros sur un an. Hors impact de la revente des droits sportifs de la Coupe du Monde de Football féminine au deuxième trimestre 2019, le chiffre d'affaires est en progression sur un an grâce aux bonnes performances de l'interactivité dans les programmes *Koh-Lanta*, *Petits plats en équilibre* ou *Les 12 coups de midi*.
- **Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 338,8 millions d'euros**. La forte réactivité du Groupe pour adapter les investissements en grille à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire a permis de générer 107,4 millions d'euros d'économies sur le premier semestre. Les mesures adoptées par le Groupe incluent notamment **une offre d'information renforcée sans coût supplémentaire, l'achat de programmes à coûts optimisés** et **l'augmentation du nombre de rediffusions**.
- **Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 75,9 millions d'euros**, en baisse de 66,6 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante à 11,1% (-4,9 points sur un an). Les économies réalisées sur le coût de la grille ont permis d'**absorber plus de la moitié de la baisse des revenus publicitaires des Antennes**, traduisant la capacité d'adaptation rapide du Groupe.

## Studios et Divertissements

- **Les revenus du pôle Studios et Divertissements s'établissent à 131,8 millions d'euros au premier semestre 2020**, en recul de 37,0 millions d'euros sur un an. Hors impact de la déconsolidation de Téléshopping intervenue au deuxième trimestre 2019, le segment enregistre une baisse de 17 millions d'euros sur le semestre.

Au premier semestre, l'impact de la baisse d'activité de Newen liée à l'arrêt des tournages en France et à l'étranger pendant la période de confinement est partiellement compensé par l'entrée dans le périmètre de la société canadienne Reel One acquise au quatrième trimestre 2019. De plus, **Newen a été l'un des premiers producteurs à reprendre l'activité de production** de ses deux quotidiennes phares (*Demain Nous Appartient* et *Plus Belle La Vie*) dès mi-mai pour une livraison des épisodes en juin. Enfin, le carnet de commandes à fin juin reste élevé à plus de 1 500 heures, traduisant des reports de livraisons des productions commandées.

S'agissant de l'activité de TF1 Studios, les moindres sorties de films en salles sont compensées par une augmentation des ventes de catalogues.

L'activité de TF1 Entertainment enregistre, quant à elle, une forte baisse de son chiffre d'affaires liée au report ou annulation de projets par le label musical Play Two et à la fermeture de la Seine Musicale à compter du mois de mars.

- **Le résultat opérationnel courant de ce pôle est égal à zéro au premier semestre**. La baisse enregistrée sur le semestre s'explique par un recul de l'activité.

<sup>6</sup> Audiences 4 écrans live inclus, hors info, et hors APP FAI.

## **Unify**

- **Les audiences** des sites Marmiton et Doctissimo ont particulièrement crû au premier semestre (437 millions de visites sur le site Marmiton, soit +56% sur un an<sup>7</sup>) grâce à une ligne éditoriale recentrée sur le quotidien et les besoins des français en particulier pendant la période de confinement.
- **Les revenus du pôle Unify s'établissent à 68,4 millions d'euros**, en recul de 17,2 millions d'euros sur un an.

Depuis le début du mois de mars, 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, reports ou absences de campagnes et d'événements.

L'activité de e-commerce communautaire (vente de box) a résisté sur le premier semestre, portée par les campagnes publicitaires TV pour My Little Box et Gambettes Box sur les chaînes du groupe TF1 qui ont permis de soutenir les ventes de box et de recruter de nouveaux abonnés.

- **Le résultat opérationnel courant s'élève à -8,1 millions d'euros**, en diminution de 11,3 millions d'euros en lien avec le recul de l'activité.

## **Dividendes**

Rappel : dans un communiqué de presse du 1<sup>er</sup> avril dernier, le Conseil d'Administration a indiqué avoir pris la décision de renoncer à proposer la distribution d'un dividende lors de l'Assemblée Générale Mixte du 17 avril 2020. La décision d'affecter corrélativement le résultat de l'exercice 2019 en totalité au compte « Report à nouveau » a été approuvée à 99,99% lors de l'Assemblée Générale. Néanmoins, le Conseil d'Administration avait indiqué qu'il se réunirait d'ici le mois d'août pour réévaluer la situation.

Compte tenu des impacts significatifs de la crise liée au Covid-19 enregistrés au premier semestre et des incertitudes quant à l'évolution de celle-ci sur la deuxième partie de l'année, **le Conseil d'Administration, qui s'est tenu le 28 juillet, renonce définitivement au versement d'un dividende au titre de l'exercice 2019.**

Toutefois, le Groupe veillera à **maintenir, sur le long terme, une politique de retour aux actionnaires** comme il a su le faire dans le passé.

## **Structure financière**

Au 30 juin 2020, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 589,5 millions d'euros pour un total de bilan de 3 446,2 millions d'euros.

**L'effet de saisonnalité et l'absence de versement de dividende permettent au groupe TF1 d'afficher une dette nette de 22,1 millions d'euros au 30 juin 2020**, avant prise en compte des obligations locatives<sup>8</sup> (dette nette de 114,3 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives<sup>8</sup>), 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 locatives<sup>8</sup>).

## **Perspectives**

Compte tenu des impacts de la crise liée au Covid-19 enregistrés au premier semestre et des incertitudes persistantes quant à l'évolution de la propagation du virus et de ses conséquences, le groupe TF1 renonce à ses objectifs pour l'année 2021, à savoir pour le pôle Unify, un chiffre d'affaires d'au moins 250 millions d'euros et un taux de marge d'EBITDA d'au moins 15%, et pour le Groupe, une amélioration de la rentabilité sur capitaux engagés par rapport à celle de 2018.

Les résultats du premier semestre 2020 traduisent la rapide capacité d'adaptation du Groupe en termes de programmation et de gestion des coûts dans un contexte de forte baisse des revenus de l'ensemble de ses activités.

Depuis la fin du confinement, la tendance à la baisse des revenus publicitaires ralentit progressivement avec le retour d'une partie des annonceurs qui investissent de nouveau afin d'accompagner la reprise de la consommation.

<sup>7</sup> Google Analytics.

<sup>8</sup> Norme IFRS 16 entrée en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2019.

Dès la rentrée, le Groupe proposera une programmation particulièrement riche et variée avec le retour des émissions phares (*Mask Singer* saison 2, *The Voice Kids*), la diffusion de films inédits (*Le Sens de la Fête* ou *A star is Born*), le lancement de nouveautés (*Grand Hôtel*, *HPI*, *Ici Tout Commence*) et enfin l'arrivée, sur LCI, de nouvelles personnalités telles que Darius Rochebin ou Eric Brunet.

En parallèle, le redémarrage des tournages en France et à l'étranger permet à Newen d'envisager la reprise d'une activité soutenue jusqu'à la fin de l'année, celle-ci restant néanmoins dépendante de l'évolution de la crise. Enfin, certaines activités telles que les spectacles ou événements musicaux restent toujours à l'arrêt sans visibilité de reprise.

## **Gouvernance**<sup>9</sup>

Le Comité de Sélection et des Rémunérations a proposé au Conseil d'Administration de prendre en compte la gestion de la crise du Covid-19 dans la rémunération du dirigeant mandataire social au titre de 2020. Cette rémunération exceptionnelle, telle que prévue dans les principes généraux de rémunération au titre de 2020<sup>10</sup>, sera évaluée sur des critères définis.

Sur proposition du dirigeant mandataire social, le montant maximal de rémunération perçu hors son salaire fixe sera réduit d'un tiers et ne pourra excéder 100% de la rémunération fixe.

Ces différents éléments seront soumis au vote des actionnaires lors de l'Assemblée Générale d'avril 2021.

Le Conseil d'Administration a pris acte du renouvellement des mandats d'Administrateurs de Catherine Dussart et d'Olivier Bouygues lors de l'Assemblée Générale des actionnaires du 17 avril 2020. De plus, le Conseil d'Administration a accueilli Sabrina Zerbib et Sophie Leveaux en qualité d'Administratrices représentantes du personnel et Charlotte Bouygues, Directrice E-Commerce chez Aufeminin, représentante permanente de la société SCDM, en remplacement de Martin Bouygues. Le Conseil d'Administration a tenu à remercier Martin Bouygues pour ses 33 ans de participation au Conseil et de soutien au groupe TF1.

Le taux de 44 % d'Administrateurs indépendants est maintenu et le taux de femmes au Conseil d'Administration progresse à 56% (sans prendre en compte les deux administratrices représentantes du personnel).

De plus, le groupe TF1 a obtenu la 22<sup>ème</sup> place dans le Palmarès Ethics & Boards 2019 de la Féminisation des Instances Dirigeantes parmi les 120 grandes entreprises françaises du SBF 120.

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité et un rapport a été émis par les Commissaires aux comptes.  
La présentation et le rapport financier du premier semestre 2020 sont disponibles sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/>  
Un call de présentation des résultats aura lieu le 29 juillet à 9h00 (heure de Paris).  
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 DES RELATIONS INVESTISSEURS - [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)**  
**DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - [mcarcabal@tf1.fr](mailto:mcarcabal@tf1.fr)**



<sup>9</sup> Les biographies des Administrateurs peuvent être consultées sur le site de la Société <https://www.groupe-tf1.fr/fr/investisseurs/gouvernance>, rubrique Conseil d'Administration.

<sup>10</sup> Cf. chapitre 3.5.1 du Document d'Enregistrement Universel 2019.