

# [28.07.2022] COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## RÉSULTATS DU S1 2022 DU GROUPE TF1

**Croissance du chiffre d'affaires consolidé : +5,2% vs. S1 2021 à 1 186,9 M€**

**Forte augmentation du résultat opérationnel courant : +11,6% à 188,7 M€**

**Hausse du taux de marge opérationnelle courante : +0,9pt à 15,9%**

Boulogne, le 28 juillet 2022

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 27 juillet 2022 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes du 1<sup>er</sup> semestre 2022. Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1 et selon la norme IFRS 16. Les données de chiffres d'affaires et de résultats opérationnels publiées sont disponibles dans le rapport sur l'information financière du S1 2022, accessible sur le site : [www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr).

(M€)	T2 2022	T2 2021	S1 2022	S1 2021	VAR.	VAR.%
Publicité Groupe	438,4	444,6	815,5	802,5	13,0	1,6%
Autres activités	187,2	174,3	371,4	326,2	45,2	13,9%
Média	543,0	538,9	1 028,5	983,4	45,1	4,6%
<i>Chiffre d'affaires publicitaire</i>	438,4	444,6	815,5	802,4	13,1	1,6%
<i>dont chiffre d'affaires publicitaire digital</i>	34,9	35,2	65,1	63,1	2,0	3,2%
Newen Studios	82,6	80,0	158,4	145,3	13,1	9,0%
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>625,6</b>	<b>618,9</b>	<b>1 186,9</b>	<b>1 128,7</b>	<b>58,2</b>	<b>5,2%</b>
Média	114,4	100,6	171,3	147,4	23,9	16,2%
Newen Studios	14,7	11,7	17,4	21,7	(4,3)	-19,8%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>129,1</b>	<b>112,3</b>	<b>188,7</b>	<b>169,1</b>	<b>19,6</b>	<b>11,6%</b>
<i>Taux de marge opérationnelle courante</i>	20,6%	18,1%	15,9%	15,0%	-	+0,9 pt
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>125,6</b>	<b>109,9</b>	<b>181,8</b>	<b>166,7</b>	<b>15,1</b>	<b>9,1%</b>
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>92,4</b>	<b>74,1</b>	<b>126,5</b>	<b>108,4</b>	<b>18,1</b>	<b>16,7%</b>
Coût des programmes	(220,6)	(255,6)	(440,6)	(466,4)	25,8	-5,5%

Le **chiffre d'affaires consolidé** du premier semestre 2022 du groupe TF1 s'élève à **1 186,9 millions d'euros**, en hausse de 58,2 millions d'euros sur un an **(+5,2%)<sup>1</sup>**.

Le **chiffre d'affaires publicitaire** du Groupe s'établit à **815,5 millions d'euros**, en hausse de 13,0 millions d'euros sur un an **(+1,6%)**. La légère baisse des revenus publicitaires au deuxième trimestre, liée à une base de comparaison intégrant l'Euro 2020 et un effet périmètre, est intégralement compensée par la bonne dynamique constatée au premier trimestre 2022.

Le **chiffre d'affaires des autres activités** du Groupe s'élève à 371,4 millions d'euros, en hausse de 45,2 millions d'euros sur un an **(+13,9%)**, dont 27,0 millions d'euros sont liés à un effet périmètre notamment chez Newen Studios.

Le **résultat opérationnel courant** s'élève à **188,7 millions d'euros<sup>2</sup>**, en hausse de 19,6 millions d'euros sur un an (+11,6%). **Le taux de marge opérationnelle courante du groupe est de 15,9%**,

<sup>1</sup> Hors effet de périmètre, la variation constatée par rapport au S1 2021 est de +36,7 millions d'euros (+3,3%).

<sup>2</sup> Le résultat opérationnel courant après loyer (hors impact de la norme IFRS16) pour le S1 2022 s'élève à 187,2 M€, en hausse de 19,6 M€ sur un an.

+0,9 pt par rapport à fin juin 2021. **Au deuxième trimestre, le taux de marge opérationnelle est en forte croissance et s'élève à 20,6%** (+2,5 pts sur un an).

Le **résultat opérationnel** s'élève à 181,8 millions d'euros et intègre 6,9 millions d'euros de charges exceptionnelles relatives au projet de fusion entre TF1 et M6.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **126,5 millions d'euros**, en hausse de 18,1 millions d'euros sur un an.

## Analyse par secteur

### Média

#### — **Audiences**<sup>3</sup>

Au premier semestre 2022, **la durée moyenne d'écoute (DEI) s'élève à 3h22 chez les 4 ans et plus**, en baisse de 23 minutes par rapport au premier semestre 2021, alors marqué par la crise du Covid-19. **Elle est en baisse de seulement 7 minutes par rapport à fin juin 2019**, année de référence.

Au cours du premier semestre, le groupe a continué de développer des services délinéarisés visant à répondre aux nouveaux modes de consommation de contenus. **MYTF1 MAX**, lancé en novembre 2021, constitue une offre attractive de services additionnels payante au sein de **MYTF1**. Le groupe développe aussi des contenus sur les réseaux sociaux tels que TikTok, afin d'augmenter sa couverture chez les publics les plus jeunes.

Dans un contexte concurrentiel marqué par une forte actualité politique et sportive, le groupe réalise une bonne performance et maintient son *leadership* (**33,5%** sur les FRDA<50<sup>4</sup>, stable sur un an, et **30,1%** sur les Individus âgés de 25 à 49 ans, soit -0,4 point sur un an) et continue de rassembler une majorité de Français grâce à une offre *premium*, à l'origine de succès sur toutes les cibles et dans tous les genres de programmes :

- **Une offre d'information plus que jamais référente**, en témoignent les interventions et émissions politiques, telles que **la déclaration du président de la République** du 2 mars 2022, suivie par 8,7 millions de téléspectateurs, **le débat de l'entre-deux tours** qui a rassemblé 7,5 millions de téléspectateurs sur TF1, ou encore les **émissions des premier et second tours de l'élection présidentielle**, respectivement suivies par 7,3 et 7,2 millions de téléspectateurs. **Le journal de 20h** conserve son leadership avec 5,4 millions de téléspectateurs en moyenne ;
- **Des programmes emblématiques de divertissement** à des hauts niveaux d'audience, avec par exemple **Les Enfoirés** (8,4 millions de téléspectateurs, 52% de part d'audience chez les FRDA<50), **The Voice** (jusqu'à 5,8 millions de téléspectateurs, 38,3% de part d'audience chez les FRDA<50), ou encore **Koh Lanta** (jusqu'à 5,7 millions de téléspectateurs, 41,5% de part d'audience chez les FRDA<50) ;
- **Des événements sportifs fédérateurs**, à l'image de **la finale de la Ligue des champions**, qui a rassemblé 5,9 millions de téléspectateurs, soit 38% des FRDA<50 et 44% des Individus âgés de 25 à 49 ans.

<sup>3</sup> Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie.

<sup>4</sup> Femmes Responsables des Achats de moins de 50 ans.

- **Une offre de fiction française forte** à l'instar de l'excellente performance de la saison 2 de *HPI*, rassemblant en moyenne 9,8 millions de téléspectateurs, jusqu'à 10,9 millions de téléspectateurs et jusqu'à 58% de part d'audience chez les FRDA<50 ;
  - **Une offre de cinéma plébiscitée**, avec la performance du film *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?*, rassemblant 7,8 millions de téléspectateurs, soit 43% de part d'audience chez les FRDA<50.
- **Le chiffre d'affaires du secteur Média s'établit à 1 028,5 millions d'euros, en hausse de 45,1 millions d'euros (+4,6%).**
- Le **chiffre d'affaires publicitaire du secteur Media** s'élève, au premier semestre 2022, à 815,5 millions d'euros, en hausse de 13,1 millions d'euros sur un an (+1,6%). La baisse des revenus publicitaires constatée au deuxième trimestre (-1,4%) s'explique par une base de comparaison élevée avec la diffusion de l'Euro 2020 en juin 2021, ainsi que par un effet périmètre lié aux sites internet étrangers cédés en 2021. Certains secteurs très dynamiques tels que les voyages, le tourisme, la banque, les assurances et la cosmétique compensent les difficultés rencontrées notamment par les secteurs alimentaire et automobile. Le **chiffre d'affaires publicitaire digital** s'élève à 65,1 millions d'euros, en hausse de 2,0 millions d'euros par rapport à fin juin 2021 (3,2%), principalement porté par MYTF1 (+25% par rapport à fin juin 2021) ;
  - Le **chiffre d'affaires des autres activités** du segment Média est en hausse de 32,0 millions d'euros sur un an (+17,7%). Il bénéficie notamment de la croissance des activités de distribution et de divertissement, avec la reprise des activités de spectacle.
- **Le coût des programmes du Groupe s'élève à 440,6 millions d'euros**, en baisse de 25,8 millions d'euros sur un an. Cette performance, au-delà de la base de comparaison favorable en l'absence de compétition sportive majeure à fin juin 2022, **démontre la capacité du groupe à maîtriser ses investissements et à générer, chaque fois que nécessaire, des économies, tout en maintenant une offre de programmes puissante et à forte audience**, confirmant sa place de *leader* en parts d'audience sur cible.
- **Le résultat opérationnel courant du pôle Média s'établit à 171,3 millions d'euros**, en hausse de 23,9 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante de **16,7% (+1,7 point sur un an)**. Le pôle enregistre une **forte amélioration de sa profitabilité au T2 2022, à 21,1%** (vs. T2 2021 à 18,7%).

En juin 2022, TF1 a cédé la société **Gammed!**, agence de marketing digital spécialisée dans l'achat média programmatique, et annoncé avoir signé un accord en vue de la cession des activités **Publishers** de Unify. TF1 est également entré en négociations exclusives le 21 juillet 2022 pour la cession de ses parts dans la société **Ykone**, agence internationale de marketing d'influence. La réalisation de cette opération a été annoncée le 27 juillet 2022.

### Newen Studios<sup>5</sup>

- **Les revenus du pôle Newen Studios s'établissent à 158,4 millions d'euros au premier semestre 2022, en hausse de 9,0% sur un an.**

Au premier semestre, Newen Studios poursuit sa croissance à l'international, bénéficiant notamment de la contribution des studios espagnol Izen et allemand Flare acquis en 2021.

<sup>5</sup> A fin juin 2022, les activités Jeux (TF1 Games et Dujardin) cédées en avril 2021 sont maintenues en historique dans le segment Newen Studios.

Newen Studios a fait l'acquisition de talents et de labels fin 2021 et en 2022, notamment au Royaume-Uni (Joy Gharoro-Akpojoto et **Joi Production**), au Danemark (Sigrid Dyekjaer pour **Real Lava**) et en Espagne (Tomas Ocana et **Capa Spain**). Ces talents, reconnus dans divers genres dont celui du documentaire, contribuent à renforcer le positionnement de Newen Studios dans un marché des contenus dynamique.

Au second semestre, **d'importantes productions désormais achevées devraient être livrées, telles que *Liaison pour Apple TV+* et *Marie-Antoinette pour Canal+*.**

Enfin, les commandes passées avec les plateformes, qui confirment la connaissance-client développée ces dernières années, représentent 35% du carnet de commandes à fin juin 2022<sup>6</sup>, notamment grâce aux productions confirmées aux Pays-Bas en mars et avril pour Tuvalu (*Nemesis* et *The Hunt for Jasper S.*).

- **Le résultat opérationnel courant de ce pôle s'établit à 17,4 millions d'euros**, en baisse de -4,3 millions d'euros par rapport au S1 2021. La marge opérationnelle courante est de 11,0 %. Newen Studios enregistre une forte **amélioration de son taux de marge opérationnelle courante au T2 2022** (17,8%, soit +3,1pts sur un an), permettant ainsi de retrouver un niveau de rentabilité habituel au premier semestre après un premier trimestre marqué par la saisonnalité de son activité.

### **Structure financière**

Au 30 juin 2022, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 812,5 millions d'euros pour un total de bilan de 3 734,2 millions d'euros.

Les **activités Publishers** et les entités **Ykone** étant disponibles à la vente au 30 juin 2022, l'ensemble des actifs et passifs de ces entités ont été classés en « Actifs ou activités détenus en vue de la vente » et « Passifs liés aux activités détenues en vue de la vente » en bas de bilan, conformément à IFRS 5, pour 198,0 millions d'euros et 74,2 millions d'euros respectivement. La juste valeur estimée des actifs destinés à être cédés n'étant pas inférieure à leur valeur comptable, aucune perte de valeur de ces actifs n'a été constatée dans les comptes consolidés au 30 juin 2022.

Le **cash-flow libre après BFR d'exploitation du groupe TF1 s'élève à 123,5 millions d'euros**, contre 104,6 millions d'euros à fin juin 2021.

**Le groupe TF1 affiche un excédent financier net de 245,2 millions d'euros au 30 juin 2022**, contre un excédent financier net de 198,5 millions d'euros à fin décembre 2021.

### **Performance extra-financière**

Au cours du premier semestre 2022, **le groupe TF1 s'est à nouveau distingué par plusieurs actions en faveur d'une société durable, inclusive et respectueuse de l'environnement.**

La régie TF1 Pub a lancé début 2022 **Ecofunding**, une initiative responsable soutenue par le Groupe TF1. Les campagnes publicitaires diffusées sur les chaînes du Groupe TF1 et sur MYTF1 affichant un des critères d'éligibilité recommandés par l'Ademe (labels environnementaux, étiquette énergie, indice de réparabilité et affichage environnemental) déclenchent un

<sup>6</sup> % exprimé en euros sur le total du carnet de commandes.

abondement de la part du Groupe TF1 dans le fonds Ecofunding, au prorata du budget média investi. Cet abondement permet par la suite de diffuser des spots de sensibilisation pour démontrer au grand public l'intérêt et les bénéfices de consommer des produits et services labellisés. A ce stade, **plus de 190 spots** publicitaires de sensibilisation ont été diffusés sur les antennes linéaires et non-linéaires du groupe entre fin mai et début juin.

Par ailleurs, le groupe TF1 a réaffirmé son engagement en faveur de l'inclusion **en diffusant de nombreux programmes portant sur des sujets de société**, notamment relatifs au handicap (tels que *Handigang*) et a aussi renouvelé son adhésion à la Charte LGBT+ de l'association l'Autre Cercle.

### **Projet de fusion des groupes TF1 et M6**

S'agissant du projet de rapprochement des groupes TF1 et M6, un communiqué de presse a été publié le 26 juillet 2022<sup>7</sup>.

### **Perspectives**

L'environnement macroéconomique actuel marqué par l'inflation et le conflit en Ukraine n'a pas pesé de façon significative sur les résultats financiers du groupe TF1 à fin juin 2022. **Sur la seconde partie de l'année, le groupe continuera en fonction des évolutions de marché à adapter ses coûts.**

Le pôle **Média** bénéficiera d'une programmation ambitieuse, marquée notamment par la **Coupe du monde de football** fin 2022, qui lui permettra de renforcer ses audiences et d'offrir des inventaires *premium* à ses clients annonceurs. Le groupe étendra sa couverture et accompagnera les usages en pleine mutation, grâce au **travail d'allocation de ses contenus entre linéaire et non-linéaire**. La réalisation de l'opération de cession des activités Publishers est attendue sur le second semestre 2022.

**Newen Studios** bénéficiera de livraisons importantes au deuxième semestre et de nouvelles commandes, notamment avec les plateformes, permettant d'être confiant dans sa capacité à atteindre les objectifs fixés.

Le rapport sur l'information financière du premier semestre 2022 est disponible sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/>.  
Un call de présentation des résultats aura lieu le 28 juillet 2022 à partir de 09h00 (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 DES RELATIONS INVESTISSEURS - [comfi@tf1.fr](mailto:comfi@tf1.fr)**  
**DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - [mcarcabal@tf1.fr](mailto:mcarcabal@tf1.fr)**



<sup>7</sup> <https://groupe-tf1.fr/sites/default/files/communiqués/cp-projet-de-rapprochement-tf1-m6-remise-du-rapport-des-serv.pdf>