

Résultats du T1 2026 du groupe TF1

Chiffre d'affaires consolidé de 472 M€, en baisse de 5,2% à périmètre et change constants :

- Maintien d'une forte dynamique de croissance du digital, dont +22,4% pour le chiffre d'affaires publicitaire de TF1+
- Gain de parts de marché en linéaire, atténuant le recul du marché
- Stabilité de Studio TF1

Comme anticipé, ROCA impacté au T1 par la baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire

Situation financière solide, avec un excédent financier net en légère progression sur un an, à 565 M€

Accélération de la stratégie digitale avec le lancement à venir de nouvelles initiatives

Maintien des objectifs 2026, dans un contexte de visibilité limitée

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 30 avril 2026 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes du 1^{er} trimestre 2026. Les résultats ci-après sont présentés selon la décomposition des secteurs d'activités du groupe TF1.

| (M€) | T1 2026 | T1 2025 | VAR |
|--|-------------|-------------|---------------|
| Média | 414 | 461 | -10,1% |
| Chiffre d'affaires publicitaire | 337 | 363 | -7,1% |
| dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+ | 49 | 40 | +22,4% |
| Chiffre d'affaires Média hors publicité | 78 | 98 | -21,0% |
| Studio TF1 | 58 | 59 | -2,9% |
| Chiffre d'affaires consolidé^a | 472 | 520 | -9,3% |
| Média | 16 | 45 | -29 |
| Studio TF1 | -3 | -1 | -2 |
| Résultat opérationnel courant des activités | 13 | 43 | -30 |
| Marge des activités | 2,8% | 8,3% | -5,5 pts |
| Résultat opérationnel courant | 12 | 38 | -26 |
| Résultat opérationnel | 9 | 36 | -26 |
| Résultat net part du Groupe (hors surtaxe exceptionnelle) | 7 | 26 | -19 |
| Surtaxe exceptionnelle ^b | -3 | -11 | +8 |
| Résultat net part du Groupe (dont surtaxe exceptionnelle) | 4 | 15 | -11 |
| Chiffre d'affaires digital^c | 60 | 51 | +17,5% |
| Coût des programmes | -222 | -221 | -1 |
| Excédent financier net^d | 565 | 559 | +6 |

^a -5,2% à périmètre et change constants, à fin mars (-5,8% pour Média et -2,7% pour Studio TF1 à périmètre constant)

^b Contribution exceptionnelle relative à l'impôt sur les sociétés françaises

^c Total du chiffre d'affaires issu des revenus publicitaires de TF1+, TF1Info.fr et de la TV segmentée, des revenus d'abonnement (TF1+ Premium) et du micro-paiement

^d N'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes

Résultats du premier trimestre

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe TF1 s'élève à 472 millions d'euros au premier trimestre 2026, en retrait de 9,3% sur un an (-5,2% à périmètre et change constants). La baisse du pôle Média (-10,1% sur un an, à 414 millions d'euros) s'explique presque pour moitié par des effets de périmètre (en lien avec les cessions réalisées en 2025), le reste étant lié à un contexte publicitaire dégradé mais en légère amélioration par rapport au quatrième trimestre 2025. Le chiffre d'affaires de Studio TF1 s'établit à 58 millions d'euros, quasi-stable sur un an (-2 millions d'euros).

Le résultat opérationnel courant des activités (ROCA) s'élève à 13 millions d'euros, en recul de 30 millions d'euros sur un an. Cette variation est essentiellement liée à la baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire, fortement contributeur au ROCA. La marge des activités s'élève à 2,8%.

Le résultat opérationnel s'élève à 9 millions d'euros. Il intègre environ 2 millions d'euros de charges d'amortissements des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'acquisition de JPG, et 2 millions d'euros de charges non courantes liées au plan d'accélération digitale du Groupe.

Le résultat net part du Groupe hors surtaxe exceptionnelle s'élève à 7 millions d'euros, en retrait de 19 millions d'euros sur un an. **L'impact de la loi de finances pour 2026** est de 3 millions d'euros (montant essentiellement lié à l'exercice 2025).

L'excédent financier net s'établit à 565 millions d'euros à fin mars 2026, en hausse de 6 millions d'euros sur un an.

Analyse par secteur

Média

- **Audiences¹**

Au premier trimestre 2026, malgré un fort contexte concurrentiel (avec notamment les Jeux Olympiques d'hiver), le groupe TF1 maintient son leadership sur ses cibles commerciales et progresse même sur les cibles 4+ et FRDA<50 ans (+0,2 pt sur un an).

La chaîne TF1 s'est distinguée par une performance éditoriale unique sur le marché français, et ce dans tous les genres : en divertissement avec *La Ballade des Enfoirés* (7,9 millions de téléspectateurs), en sport avec le Tournoi des Six Nations (jusqu'à 7,3 millions de spectateurs pour Pays de Galles-France), ou encore en fiction avec *Le Diplôme* (5,0 millions de téléspectateurs). La chaîne réalise 25 des 30 meilleures audiences sur la cible commerciale des 25-49 ans.

Ainsi, **TF1 maintient son leadership sur toutes les cibles²** et garde un **écart significatif avec son principal concurrent commercial** :

- +10,3 pts chez les FRDA <50, avec une part d'audience de 22,3% ;
- +8,1 pts chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, avec une part d'audience de 19,6%.

L'information du Groupe, essentielle au débat démocratique, s'est encore renforcée, portée par l'actualité internationale :

- LCI réalise en mars son meilleur mois historique avec 3,2% de part d'audience 4+ ;
- Le lancement de l'extension de la matinale *Bonjour ! (Bonjour ! Avec vous)* permet à la case de doubler sa part d'audience, à coûts maîtrisés.

¹ Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie

² Cibles 4+, FRDA<50 et Individus 25-49

- **TF1+**
 - Bénéficiaire de la programmation premium du linéaire, TF1+ rassemble 41 millions de streamers par mois en moyenne au premier trimestre 2026, en progression par rapport aux 38 millions de streamers mensuels en 2025. 285 millions d'heures ont été visionnées sur TF1+ au premier trimestre 2026 selon Médiamétrie. En vision site centric³, la consommation ressort en progression de 9% sur un an.
 - Les offres de **micro-paiement** poursuivent leur montée en puissance, notamment avec le déploiement progressif de l'offre chez les opérateurs télécom.
- **Le chiffre d'affaires du secteur Média** s'établit à 414 millions d'euros au premier trimestre 2026, en retrait de 10,1% sur un an (-5,8% à périmètre constant) :
 - **Le chiffre d'affaires publicitaire** s'élève à 337 millions d'euros, soit -7,1% sur un an.

La baisse structurelle du marché publicitaire linéaire est exacerbée par l'attentisme des annonceurs, dans un environnement particulièrement instable depuis le quatrième trimestre 2025, et avec l'aggravation du conflit au Moyen-Orient depuis le mois de mars. Toutefois, la régie publicitaire est parvenue à augmenter sa part de marché, démontrant la pertinence de son offre commerciale. L'offre TF1 Prime⁴, lancée en début d'année, a permis de reprendre en valeur sur les écrans les plus puissants de TF1, démontrant leur caractère unique sur le marché pour les annonceurs.

Dans ce contexte difficile, et deux ans après son lancement, TF1+ maintient un rythme de croissance élevé de plus de 20% sur un an pour son **chiffre d'affaires publicitaire**, pour atteindre 49 millions d'euros au premier trimestre.

Le chiffre d'affaires digital du Groupe, comprenant également le chiffre d'affaires publicitaire lié à TF1info.fr et à la TV Segmentée, ainsi que les revenus liés aux abonnements (TF1+ Premium) et au micro-paiement, s'élève à 60 millions d'euros, soit une hausse de 17,5% sur un an.
 - **Le chiffre d'affaires Média hors publicité** s'élève à 78 millions d'euros, en baisse de 21%, mais stable hors effets de périmètre (en lien essentiellement avec les cessions de My Little Paris et Play Two en 2025).
- **Le coût des programmes** du Groupe s'élève à 222 millions d'euros à fin mars 2026, globalement stable sur un an. Il reflète le maintien d'une programmation premium pour soutenir le lancement de la nouvelle segmentation de l'offre commerciale TF1 Prime/TF1 Reach, incluant notamment la diffusion de neuf matchs du Tournoi des Six Nations.
- **Le résultat opérationnel courant des activités du pôle Média** s'établit à 16 millions d'euros, reflétant la forte baisse du chiffre d'affaires publicitaire linéaire. **La marge des activités du pôle Média** ressort ainsi à 3,9%.

³ Inclut tous les usages streaming non mesurés par Médiamétrie (contenus spécifiques AVOD, contenus agrégés, consommation hors France) / Hors Live / Hors Canal+, Molotov et Apps OTT FAI

⁴ Offre commerciale centrée sur les écrans premium de la chaîne en *prime time*, maximisant la performance instantanée

Studio TF1

- Studio TF1 ressort au premier trimestre 2026 avec un **chiffre d'affaires** quasi-stable sur un an (-2 millions d'euros), à 58 millions d'euros.

En lien avec ses orientations stratégiques, Studio TF1 a poursuivi les livraisons à ses partenaires historiques en France (nouveaux épisodes de la série *A Priori* pour France Télévisions), tout en continuant ses collaborations à l'international (*Hunting Alice Bell* pour Channel 4 et *Teachers* saison 3 pour Channel 5) et notamment avec des plateformes pour diversifier son mix clients (*Day One* pour Amazon).

- **Le résultat opérationnel courant des activités de Studio TF1** s'établit à -3 millions d'euros en 2026, proche du niveau de l'an dernier.

Structure financière

A fin mars 2026, le groupe TF1 dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 565 millions d'euros, en hausse de 6 millions d'euros sur un an.

Depuis le début de l'année, l'excédent financier net progresse de 51 millions d'euros, reflétant essentiellement la génération d'un cash-flow libre avant BFR de 9 millions d'euros et de 54 millions d'euros après BFRs.

Gouvernance

L'Assemblée Générale du 16 avril 2026 a nommé Cyril Bouygues, pour une durée de trois ans, en qualité d'Administrateur en remplacement d'Olivier Bouygues, dont le mandat est arrivé à échéance à l'issue de l'Assemblée Générale. Cyril Bouygues apportera au Conseil d'Administration de TF1 toute son expérience issue de ses fonctions au sein de la direction générale et de la présidence de Heling, et dans le domaine de la stratégie en sa qualité notamment de Directeur de la Stratégie au sein de Investaq Energie et Heling.

Le Conseil d'Administration de TF1 compte, parmi ses administrateurs : trois administratrices indépendantes, soit une proportion de 37,5% (supérieure au tiers recommandé par le Code AFEP/MEDEF), et quatre femmes, soit une proportion de 55% (supérieure au taux de 40% requis par le Code de commerce)⁵.

Perspectives

Sur le pôle Média, le groupe TF1 continuera de proposer la meilleure offre de divertissement gratuite, familiale, et sérialisée. Le deuxième trimestre 2026 verra notamment la diffusion des franchises emblématiques *Koh-Lanta*, *The Voice* et *Mask Singer*, fortement consommées en digital (notamment par les cibles jeunes) et côté fiction de la nouvelle mini-série événement *L'Été 36*.

Le Groupe proposera aussi tout au long de l'année une offre de sports diversifiée avec notamment la diffusion du Nations Championship (rugby), de matchs amicaux de l'équipe de France et de la Coupe du monde féminine de basketball.

Pour rappel, **les priorités du Groupe en 2026 pour le pôle Média** sont :

- Le lancement sur la nouvelle plateforme TF1 Ad Manager d'un **parcours dédié aux PME et aux réseaux commerciaux à partir d'avril**, en vue d'adresser le segment de marché de la *mid-tail*.
- **La montée en puissance du micro-paiement**, avec son déploiement progressif sur les box des opérateurs télécom et l'implémentation de solutions de paiement intégrées pour faciliter le parcours d'achat.
- **L'extension de la distribution des contenus du Groupe, avec la concrétisation durant l'été de l'accord inédit signé avec Netflix.**

⁵ Pour la détermination du pourcentage d'administrateurs indépendants, les administrateurs représentant les salariés ainsi que l'administratrice représentant les salariés actionnaires ne sont pas pris en compte ; pour la proportion de femmes, les administrateurs représentant les salariés ne sont pas pris en compte

Pour Studio TF1, l'activité sera concentrée sur le deuxième semestre, comme les années précédentes, notamment en lien avec le calendrier de livraisons de Studio TF1 America⁶.

Par ailleurs, l'année 2026 concrétise le lancement de la nouvelle activité de distribution en salles, avec quatre films déjà programmés (dont le biopic de Jean Moulin avec Gilles Lellouche, sélectionné en Compétition officielle au Festival de Cannes). Ce développement marque une étape clé pour le Groupe, en permettant à Studio TF1 d'accompagner ses œuvres de la production jusqu'à leur sortie.

Maintien des objectifs 2026, dans un contexte de visibilité limitée

Fort de sa stratégie, de ses nouvelles initiatives digitales, et de sa situation financière solide, les objectifs du Groupe sont les suivants :

- **Croissance soutenue à deux chiffres du chiffre d'affaires digital en 2026 ;**
- **Viser une politique de dividendes en croissance dans les prochaines années.**

Dans un contexte d'évolution rapide des usages et compte-tenu d'un environnement macro-économique et politique demeurant instable, le marché de la publicité linéaire reste sous forte pression en 2026.

Dans cette phase de transition vers le digital, le Groupe entend maintenir en 2026 sa marge des activités hors plus-values à un niveau « *mid-to-high single-digit* », selon l'évolution du marché linéaire.

Les comptes consolidés et annexes du T1 2026 sont disponibles sur le site www.groupe-tf1.fr/.

Un webcast de présentation des résultats aura lieu le 30 avril 2026 à partir de 18h30 (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 ».

Contact

Direction des relations investisseurs
comfi@tf1.fr

Direction de la communication corporate
communicationcorporate@tf1.fr

À propos du groupe TF1

Le groupe TF1 est un leader français des médias, présent dans la télévision linéaire, le streaming et la production audiovisuelle. Sa priorité est de construire un modèle lui permettant de financer durablement la meilleure offre de divertissement gratuite et d'information de qualité. Chaque mois, 60 millions de Français plébiscitent ses programmes via ses chaînes en clair, et 38 millions en streaming sur TF1+. Son pôle Studio TF1 (ex-Newen Studios) qui réunit plus de 50 sociétés et labels en France et à l'international, est un acteur référent de la production et de la distribution. #LesFrançaisEnsemble



Certifié avec **wiztrust**[®]

⁶ JPG et Reel One