

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

RÉSULTATS DES 9 PREMIERS MOIS 2020 DU GROUPE TF1

Chiffre d'affaires des neuf premiers mois à 1 361,4 millions d'euros, en baisse de -16%¹
Au troisième trimestre, bonne performance des antennes, avec un chiffre d'affaires en hausse de 18,0 millions d'euros,
un coût des programmes en baisse de 30,5 millions d'euros sur un an
Résultat opérationnel courant sur neuf mois à 125,6 millions d'euros

Boulogne, le 28 octobre 2020

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 28 octobre 2020 sous la Présidence de Gilles Pélisson, a arrêté les comptes des neuf premiers mois 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^{er} janvier 2019. Les données de chiffre d'affaires et de résultat opérationnel publiées et retraitées sont disponibles dans le rapport d'activité des neuf premiers mois 2020, ainsi que sur le site : www.groupe-tf1.fr.

(M€)	T3 2020	T3 2019	Var. %	9M 2020	9M 2019	Var.	Var. %
Publicité Groupe	346,5	322,4	7,5%	962,9	1 158,4	(195,5)	-16,9%
Autres activités	131,4	147,0	-10,6%	398,5	456,2	(57,7)	-12,6%
Chiffre d'affaires consolidé							
Antennes	372,8	354,8	5,1%	1 056,1	1 245,6	(189,5)	-15,2%
Dont publicité	328,4	303,4	8,2%	974,5	1 094,8	(180,3)	-16,5%
Studios et Divertissements	67,8	76,5	-11,4%	199,6	245,3	(45,7)	-18,6%
Unify	37,3	38,1	-2,1%	105,7	123,7	(18,0)	-14,6%
Chiffre d'affaires consolidé	477,9	469,4	1,8%	1 361,4	1 614,6	(253,2)	-15,7%
Coût des programmes	(183,0)	(213,5)	-14,3%	(521,8)	(659,7)	137,9	-20,9%
Antennes	51,7	14,1	x3,5	127,6	156,6	(29,0)	-18,5%
Studios et Divertissements	7,2	7,7	-6,5%	7,2	25,0	(17,8)	-71,2%
Unify	(1,1)	(0,4)	x2,5	(9,2)	2,8	(12,0)	N/A
Résultat opérationnel courant	57,8	21,4	x2,5	125,6	184,4	(58,8)	-31,9%
Taux de marge opérationnelle courante	12,1%	4,6%	+7,5pts	9,2%	11,4%	-	-2,2pts
Résultat net part du Groupe	38,7	10,5	x3,5	77,1	117,8	(40,7)	-34,6%

Résultats des neuf premiers mois 2020

Le **chiffre d'affaires consolidé** des neuf premiers mois de 2020 s'élève à **1 361,4 millions d'euros**, en recul de 253,2 millions d'euros (-15,7%).

Le chiffre d'affaires publicitaire du Groupe s'établit à 962,9 millions d'euros, en recul sur un an (-16,9%). Après un premier semestre impacté par les effets de la crise liée au Covid-19, **le troisième trimestre enregistre une hausse des recettes publicitaires de 24,1 millions d'euros (+7,5%)**, par rapport au même trimestre de l'année dernière.

Le **résultat opérationnel courant** s'élève à **125,6 millions d'euros²**, en baisse de 58,8 millions d'euros (vs. baisse de 95 millions d'euros au premier semestre 2020). **Ce niveau à fin septembre s'explique par un résultat opérationnel au 3^{ème} trimestre de 57,8 millions d'euros**, en amélioration de 36,4 millions d'euros, liée d'une part à la hausse du chiffre d'affaires et d'autre part aux économies supplémentaires réalisées notamment sur le coût des programmes (-30,5 millions d'euros par rapport à 2019).

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **77,1 millions d'euros**, en recul de 40,7 millions d'euros sur un an.

¹ -16% hors effet périmètre de -1,8 millions d'euros (acquisitions consolidées nettes de la déconsolidation de Téléshopping).

² Le résultat opérationnel courant après loyer (hors impact de la norme IFRS16) pour les 9M 2020 s'élève à 123,0 M€, en recul de 58,6 M€ sur un an.

Détail des activités

Dans le contexte sanitaire actuel et depuis le déconfinement, le Groupe TF1 a maintenu ses priorités en matière de santé des collaborateurs et d'organisation du travail, tout en s'adaptant à son environnement et en assurant la continuité des activités.

Antennes³

L'intérêt des Français pour la télévision n'a pas faibli au cours de l'été et à la rentrée 2020, comme en témoigne la forte consommation TV sur les neuf premiers mois de l'année à 3h49. Ainsi, à la sortie du confinement, la consommation de télévision au troisième trimestre 2020 est en hausse de 16 minutes sur un an chez les Individus âgés de 4 ans et plus (soit 3H18). Ce regain d'intérêt s'illustre aussi chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, dont la consommation s'élève à 2h48, en hausse de 14 minutes sur un an.

— **La part d'audience du Groupe TF1 sur la cible publicitaire des Individus âgés de 25 à 49 ans est en hausse à fin septembre 2020 à 29,2% (+0,1 pt).**

Dans un contexte sanitaire marqué par la lente reprise des activités de divertissement (théâtre, cinémas) et la persistance de certaines restrictions, TF1 a confirmé sa capacité de rassembler dans tous les genres de programme et auprès de tous les publics. Les chaînes du Groupe ont fourni une offre d'information riche et des contenus de qualité afin de répondre au mieux au besoin d'information et de divertissement des Français, à travers :

- **Une offre d'information référente**, fortement plébiscitée à la rentrée (5,7 millions de téléspectateurs en moyenne pour le 20H qui enregistre une forte progression en un an à +1,4 pt de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus et 5,0 millions de téléspectateurs pour le 13H, soit +0,6 pt de part d'audience sur les Individus âgés de 4 ans et plus) ;
- **Une offre de fiction française forte** avec les succès des nouveautés *Pourquoi je vis ?* (8,3 millions de téléspectateurs) et *Grand Hôtel* (5,4 millions de téléspectateurs) ;
- **Des programmes emblématiques de divertissement** qui rencontrent toujours un fort succès, tel que *Koh-Lanta* sur TF1 (jusqu'à 6,7 millions de téléspectateurs) et *Quotidien* sur TMC (jusqu'à 1,9 million de téléspectateurs) ;
- **Le retour d'événements sportifs fédérateurs**, à l'image de la demi-finale et de la finale de la Ligue des Champions qui ont rassemblé respectivement 6,5 et 11,4 millions de téléspectateurs.

— **Le chiffre d'affaires des Antennes s'établit à 1 056,1 millions d'euros**, en recul de 189,5 millions d'euros sur un an (-15,2%).

- Le chiffre d'affaires publicitaire des Antennes s'élève, à fin septembre 2020, à 914,5 millions d'euros, en baisse de 180,3 millions d'euros (-16,5%). Après un premier semestre fortement marqué par la baisse des investissements publicitaires dans le contexte du Covid-19, le troisième trimestre enregistre une hausse des recettes de 25 millions d'euros sur un an (+8,2%). Elle illustre un effet de rattrapage de la part des annonceurs, notamment dans les secteurs de l'alimentation, la grande distribution, l'hygiène, l'e-commerce et l'automobile. Les annonceurs ont bénéficié des hauts niveaux d'audiences enregistrés dès la fin de l'été et à la rentrée, par exemple lors d'événements sportifs tels que la finale de la Ligue des champions ou le lancement réussi des inédits de programmes tels que *Koh Lanta*. Seuls quelques secteurs, tels que les voyages, le tourisme et les cosmétiques, demeurent en retrait.
- Le chiffre d'affaires des autres activités du segment Antennes est en baisse de 9,1 millions d'euros sur un an. Cette baisse s'explique notamment par une diminution du chiffre d'affaires de TF1 Production et TF1 Films Production.

— **Le coût des programmes des cinq chaînes en clair du Groupe s'élève à 521,8 millions d'euros** sur les neuf premiers mois de 2020. Au troisième trimestre, particulièrement durant l'été, le Groupe a réalisé de nouvelles économies à hauteur de 30,5 millions d'euros, portant le montant total d'économies sur les 9 premiers mois de 2020 à 137,9 millions d'euros. Cette performance, dans la poursuite de ce qui a été fait au premier semestre, résulte à la fois de la baisse des prix unitaires des programmes diffusés ainsi que de l'optimisation de la circulation des droits entre les chaînes. **Ces économies ont été réalisées tout en maintenant une programmation de qualité, permettant des niveaux d'audience élevés.**

³ Médiamétrie.

- **Le résultat opérationnel courant du pôle Antennes s'établit à 127,6 millions d'euros à fin septembre 2020**, en baisse de 29,0 millions d'euros sur un an, faisant ressortir un taux de marge opérationnelle courante à 12,1% (soit -0,5 point sur un an). Les économies réalisées sur le coût de la grille ainsi que la reprise des investissements publicitaires au troisième trimestre permettent de revenir à un niveau de rentabilité proche de celui de 2019.

Studios et Divertissements

- **Les revenus du pôle Studios et Divertissements s'établissent à 199,6 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2020**, en recul de 45,7 millions d'euros sur un an⁴. Ce pôle a été particulièrement impacté par la crise sanitaire, au travers de l'arrêt des spectacles, des tournées musicales, du report de certaines sorties en salles ainsi que de l'arrêt des tournages en avril et mai.

Newen a été l'un des premiers producteurs à reprendre l'activité de production, dont ses deux quotidiennes phares (*Demain Nous Appartient* et *Plus Belle La Vie*) dès mi-mai pour une livraison des épisodes en juin. La production de la nouvelle quotidienne *Ici tout commence* a débuté durant l'été. Les studios étrangers tels que Reel One, Tuvalu et De Mensen ont également retrouvé un niveau d'activité habituel. Newen bénéficie d'une bonne visibilité, forte d'un carnet de commandes en hausse au troisième trimestre à plus de 1 600 heures.

S'agissant de l'activité de TF1 Studios, les moindres sorties de films en salles sont partiellement 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 à l'annulation de projets par le label musical Play Two et au décalage, à 2021, des spectacles prévus initialement, notamment à la Seine Musicale.

- **Le résultat opérationnel courant de ce pôle est de 7,2 millions d'euros à fin septembre 2020**, constitué essentiellement par la contribution positive du troisième trimestre. Il est en recul de 17,8 millions d'euros sur un an.

Unify

- **Les revenus du pôle Unify s'établissent à 105,7 millions d'euros**, en recul de 18,0 millions d'euros sur un an.

Grâce à une ligne éditoriale centrée sur le quotidien et très appréciée des Français, les sites Marmiton et Doctissimo continuent de rassembler une **audience solide**, pendant et à la sortie du confinement. Ainsi, à titre d'exemple, le nombre de sessions de Marmiton s'élève à 560 millions à fin septembre 2020, en hausse de +38% sur un an.

Après un premier semestre très impacté par la crise liée au Covid-19, les investissements publicitaires sont revenus progressivement au troisième trimestre avec un chiffre d'affaires proche de celui de 2019. Cependant, à fin septembre, les activités de publicité digitale, de programmatique et de services aux annonceurs restent en retrait sur un an.

L'activité de e-commerce communautaire (vente de box) poursuit sa progression au troisième trimestre. Ainsi, à fin septembre 2020, *Beautiful Box* et *Gambettes Box* signent une augmentation sur un an du nombre de livraisons de box de plus de 50 000 chacune.

- **Le résultat opérationnel courant s'élève à -9,2 millions d'euros**, en diminution de 12,0 millions d'euros, en lien avec le recul de l'activité, principalement au premier semestre.

Structure financière

Au 30 septembre 2020, les capitaux propres part du Groupe atteignent 1 627,9 millions d'euros pour un total de bilan de 3 511,7 millions d'euros.

⁴ Pour rappel, la déconsolidation de Téléshopping, intervenue au T2 2019, a un impact de -20,2 M€ à fin septembre 2020.

Le **cash-flow libre après BFR**⁵ du Groupe TF1 à fin septembre 2020 s'élève à 77,0 millions d'euros, en diminution de seulement 17,5 millions sur un an, principalement du fait de l'impact de la crise du Covid-19.

L'absence de versement de dividende et l'amélioration du BFR d'exploitation permettent au groupe TF1 d'afficher une dette nette de 70,7 millions d'euros au 30 septembre 2020, avant prise en compte des obligations locatives (dette nette de 162,2 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives), 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).

Perspectives

Les résultats des neuf premiers mois de 2020 bénéficient de la contribution positive du troisième trimestre, qui voit le retour progressif des investissements publicitaires dans la plupart des secteurs. TF1 a su démontrer sa capacité à accompagner les annonceurs dans la reprise économique en période de déconfinement.

Sur la fin de l'année, le Groupe investira dans une programmation particulièrement riche et variée avec le retour des émissions phares (*Mask Singer* saison 2), le lancement d'un nouveau programme de divertissement (*District Z*), la diffusion de films inédits (*Le Sens de la Fête* ou *A star is Born*) et le lancement d'un nouveau feuilleton quotidien (*Ici Tout Commence*).

Après les avancées réglementaires enregistrées au cours de l'été (télévision adressable, publicité pour le cinéma, suppression des jours interdits), le secteur devrait bénéficier de nouvelles évolutions, dans le sens d'une plus grande équité entre acteurs historiques et nouveaux acteurs (notamment transposition de la directive SMA).

Au cours du quatrième trimestre, Salto, plateforme française de vidéo à la demande, fruit d'un partenariat entre TF1, France Télévisions et M6, devrait connaître ses premiers recrutements d'abonnés après son lancement le 20 octobre.

Les incertitudes actuelles sur l'évolution de l'épidémie de Covid-19 en France et le manque de visibilité qui concerne aujourd'hui de nombreux acteurs économiques (entreprises, ménages, ...) ne permettent pas, à ce stade, de fixer de nouveaux objectifs pour la fin de l'année et pour 2021.

L'activité du quatrième trimestre devrait dépendre en grande partie de l'évolution du comportement des annonceurs, à la fois pour les Antennes et pour le pôle Digital.

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.

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 des neuf premiers mois 2020 sont disponibles sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/>
Un call de présentation des résultats aura lieu le 28 octobre à 18h30 (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
DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - mcarcabal@tf1.fr



⁵ Capacité d'autofinancement nette (déterminée après coût de l'endettement financier net, après charges d'intérêts sur obligations locatives et après impôts décaissés) diminuée des investissements nets d'exploitation ainsi que du remboursement des obligations locatives. Il est calculé après variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité