

[30.10.2024] COMMUNIQUÉ DE PRESSE

RÉSULTATS DES NEUF PREMIERS MOIS 2024

Progression du chiffre d'affaires consolidé de 2,8% sur les neuf premiers mois de l'année, portée par les bonnes performances publicitaires du Groupe (+4,5% sur un an) :

- Poursuite de la bonne dynamique de TF1+ avec une hausse du chiffre d'affaires publicitaire de 39,5%
- Croissance du chiffre d'affaires publicitaire linéaire de 2,2%

ROCA à un niveau proche de 2023 sur neuf mois

Situation financière solide avec un excédent financier net de 363,8 millions d'euros

Confirmation des objectifs 2024, malgré un contexte économique plus tendu en fin d'année

Boulogne-Billancourt, le 30 octobre 2024

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 30 octobre 2024 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes des neufs premiers mois 2024. 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 des neufs premiers mois 2024, accessible sur le site : www.groupe-tf1.fr.

(M€)	T3 2024	T3 2023	9M 2024	9M 2023	VAR. M€	VAR.%
Média	415,6	445,2	1 399,1	1 349,6	+49,5	+3,7%
Chiffre d'affaires publicitaire	345,2	350,8	1 146,7	1 097,2	+49,5	+4,5%
dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+	30,3	22,1	95,3	68,3	+27,0	+39,5%
Chiffre d'affaires Média hors publicité	70,4	94,4	252,4	252,4	+0,0	+0,0%
Newen Studios	71,4	64,2	191,8	197,9	-6,1	-3,1%
Chiffre d'affaires consolidé ^a	487,0	509,4	1 590,9	1 547,5	+43,4	+2,8%
Média	66,1	45,2	191,0	191,4	-0,4	-0,2%
Newen Studios	3,0	6,6	6,9	12,6	-5,7	-45,2%
Résultat opérationnel courant des activités	69,1	51,7	197,9	204,0	-6,1	-3,0%
Taux de marge opérationnelle courante des activités	14,2%	10,1%	12,4%	13,2%	-	-0,7pt
Résultat opérationnel courant	68,6	50,6	196,3	200,9	-4,6	-2,3%
Résultat opérationnel	62,9	45,4	177,6	176,5	+1,1	+0,6%
Résultat net part du Groupe	49,4	37,7	145,4	139,1	+6,3	+4,5%
Coût des programmes	-212,5	-225,0	-671,4	-628,9	-42,5	+6,8%
Excédent financier net ^b	363,8	364,1	363,8	364,1	-0,3	-0,1%

^a +1,9% à périmètre et change constants, à fin septembre.

^b N'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes.

Résultats Groupe

Le **chiffre d'affaires consolidé** du groupe TF1 s'élève à **1 590,9 millions d'euros** à fin septembre 2024, soit une **hausse de 2,8%** par rapport à l'an dernier, portée par la **progression du chiffre d'affaires publicitaire (+4,5%** par rapport à 2023).

Le **résultat opérationnel courant des activités (ROCA)** s'élève à **197,9 millions d'euros**, proche de son niveau de l'an dernier, bénéficiant au troisième trimestre de la cession d'une licence de marque et de la baisse du coût des programmes.

Le **taux de marge opérationnelle courante des activités s'établit à 12,4% à fin septembre**, en retrait de 0,7 pt par rapport à celui des neuf premiers mois de 2023.

Le **résultat opérationnel** s'établit à **177,6 millions d'euros** et intègre -18,7 millions d'euros de produits et charges non courants essentiellement liés à une extension du dispositif de GEPP (Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels) signé en juillet 2023.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **145,4 millions d'euros**, en progression de 6,3 millions d'euros sur un an, bénéficiant notamment de la rémunération de la trésorerie excédentaire.

L'**excédent financier net** s'établit à **363,8 millions d'euros** à fin septembre 2024, contre 505,1 millions d'euros à fin décembre 2023, intégrant notamment l'incidence de l'acquisition de Johnson Production Group (JPG) pour près de -65 millions d'euros. L'excédent financier net ressort stable sur un an.

Analyse par secteur

Média

— **Audiences¹**

Après un premier semestre où le Groupe était en forte progression sur toutes les cibles sur un an, les parts d'audience du Groupe ont résisté durant l'été, face à un contexte concurrentiel inédit avec la diffusion des Jeux Olympiques de Paris par France Télévisions. A l'issue de cet événement, **le Groupe a immédiatement retrouvé en septembre son leadership sur cibles commerciales avec ses grandes franchises (HPI, Brocéliande, Koh-Lanta)**. Ainsi, à fin septembre, les **parts d'audiences du Groupe sont quasi-stables sur un an** (-0,3 pt sur les FRDA <50 et -0,1 pt sur les Individus 25-49). **La chaîne TF1 reste leader du secteur et maintient un écart significatif avec son principal concurrent commercial :**

- Chez les FRDA <50, sa part d'audience est de 22,3%, soit **+9,6 pts d'écart par rapport à son premier concurrent ;**
- Chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, sa part d'audience est de 20,0%, soit **+7,9 pts d'écart par rapport à son premier concurrent.**

La chaîne enregistre la meilleure performance dans tous les genres sur les neuf premiers mois de l'année, hors programmes liés aux Jeux Olympiques : fiction française (*HPI*), divertissement (*Les Restos du Coeur*), séries étrangères (*Monk*), films (*Maison de retraite*) et information (*Le Journal de 20h*). La matinale *Bonjour!* poursuit sa progression et réalise en septembre son meilleur mois depuis son lancement en janvier, avec 9,2% de part d'audience sur la cible 4+.

¹ Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie.

Les succès d'audience en linéaire sont un tremplin pour la plateforme de streaming TF1+, lancée le 8 janvier 2024. TF1+ s'établit comme *leader en couverture avec 33,7 millions de streamers*² en septembre, et 834 millions d'heures streamées depuis le début de l'année selon Médiamétrie, soit 1,5x la consommation du deuxième acteur. En vision *site centric*³, la consommation est en très forte progression de 53%.

Ces performances s'appuient sur les **attributs différenciants de la plateforme : notoriété, accessibilité, visibilité, contenus attractifs, et ergonomie**. Pour compléter son offre, le Groupe a renforcé sa **stratégie d'agrégation de contenus tiers en nouant de nouveaux partenariats avec Arte et A+E Networks**⁴ qui permettront à la plateforme de proposer **plus de 25 000 heures de programmes à tout moment**. Ces partenariats permettent à TF1+ d'enrichir son catalogue avec des thématiques complémentaires des programmes déjà disponibles, et aux tiers agrégés de bénéficier des audiences puissantes de TF1+ et de sa distribution massive dans les foyers. TF1+ a également poursuivi son **expansion géographique avec son lancement en Suisse** fin septembre, après le déploiement en Belgique et au Luxembourg en juin dernier.

— Le **chiffre d'affaires du secteur Média** s'établit à **1 399,1 millions d'euros, en hausse de 3,7% par rapport à 2023 :**

- Le **chiffre d'affaires publicitaire du secteur Media** s'élève à **1 146,7 millions d'euros à fin septembre, en croissance de 4,5% sur un an.**

Le chiffre d'affaires publicitaire linéaire ressort en hausse de 2,2% sur les neuf premiers mois. Au cours du troisième trimestre, il s'est maintenu durant l'été malgré la diffusion des Jeux Olympiques par France Télévisions. En septembre, il ressort comme anticipé en retrait par rapport à l'an dernier, en raison de l'effet de base avec la Coupe du Monde de Rugby.

Le **chiffre d'affaires publicitaire de TF1+** s'établit à **95,3 millions d'euros à fin septembre (+39,5% sur un an)**, maintenant au troisième trimestre un rythme de croissance proche de celui du premier semestre, confirmant ainsi son attractivité pour les annonceurs.

- Le **chiffre d'affaires Média hors publicité** s'élève à **252,4 millions d'euros**, stable sur un an.

— Le **coût des programmes du Groupe** s'élève à **671,4 millions d'euros à fin septembre. La hausse de 42,5 millions d'euros sur un an** est essentiellement liée aux **investissements réalisés au cours du premier semestre pour accompagner la croissance du marché publicitaire**. Pour rappel, sur la première partie de l'année 2023, le coût des programmes avait été réduit pour faire face à un marché publicitaire en retrait.

— Le **résultat opérationnel courant des activités du pôle Média** s'établit à **191,0 millions d'euros à fin septembre, stable sur un an**, bénéficiant au troisième trimestre de la cession d'une licence de marque et de la baisse du coût des programmes (notamment liée à la diffusion de la Coupe du Monde de Rugby 2023).

² Source : Médiamétrie - Nombre de visiteurs uniques ayant consommé au moins une fois dans le mois un contenu du groupe TF1 en streaming - Tous contenus *watermarkés* à la demande des *broadcasters* (replay, droits longs, extraits) - Hors Live OTT - Vision éditeur.

³ Environnements hors Canal+, Molotov et Apps OTT FAI / hors Live.

⁴ Suite à ceux déjà annoncés en juillet avec L'Equipe, Le Figaro et Deezer.

Newen Studios

- Newen Studios a finalisé l'acquisition de JPG le 31 juillet 2024. Pour rappel, JPG a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires d'environ 60 millions de dollars (soit près de 55 millions d'euros), pour une marge opérationnelle de l'ordre de 30%.
- A fin septembre, le **chiffre d'affaires de Newen Studios** s'établit à **191,8 millions d'euros**, en recul de 3,1% sur un an. JPG contribue au chiffre d'affaires de Newen Studios à hauteur de 8,4 millions d'euros sur août-septembre.
Le troisième trimestre a été marqué par la livraison de la série *The Teacher* pour Channel 5, ainsi que la reprise des diffusions du *Magazine de la santé* suite à la normalisation progressive des relations avec France Télévisions. Les neuf premiers mois ont également bénéficié de l'arrivée de *Plus belle la vie, encore plus belle* sur TF1.
- Le **résultat opérationnel courant des activités de Newen Studios** s'établit à **6,9 millions d'euros** à fin septembre 2024.

Structure financière

Au 30 septembre 2024, le groupe TF1 **dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 363,8 millions d'euros**, contre 505,1 millions d'euros à fin décembre 2023.

A fin septembre, le cash-flow libre avant BFR s'élève à 109,2 millions d'euros et à 50,5 millions d'euros après BFRs. L'excédent financier net intègre également l'incidence de l'acquisition de JPG finalisée fin juillet pour environ -65 millions d'euros⁵, et le versement par TF1 de 116,1 millions d'euros de dividendes en avril.

Perspectives

L'ambition du Groupe est de s'établir comme la destination gratuite de référence sur l'écran de télévision pour le divertissement familial et l'information de qualité sur les marchés francophones.

Les axes stratégiques du Groupe se déclinent de la manière suivante :

- **En linéaire**, consolider le *leadership* du Groupe sur le marché publicitaire, grâce à une offre de contenus *premium* et un *reach* différenciant.
- **En digital**, devenir la première plateforme de *streaming* gratuite de la francophonie, en faisant levier de la puissance de la ligne éditoriale du Groupe et en maximisant la valeur des inventaires digitaux par le renforcement de sa stratégie *data*.
- **En production**, installer Newen Studios comme un studio européen de référence et de racine française.

⁵ Tenant compte de l'abandon par A+E Networks de l'option de vente qui lui avait été consentie par Newen Studios sur ses 35% détenus dans Reel One.

Sur le pôle Média, le Groupe poursuit sa transformation dans un marché publicitaire montrant des signes de tension pour la fin de l'année, notamment en raison du contexte politique et fiscal en France.

Le Groupe progresse sur l'ensemble des piliers de TF1+, avec un focus sur l'optimisation de ses inventaires publicitaires et leur monétisation. Dans ce cadre, TF1+ a dévoilé début octobre sa feuille de route publicitaire, pour accompagner les marques dans leur stratégie digitale et devenir la première plateforme à couvrir l'intégralité du *funnel* marketing, de la notoriété à la conversion. Le Groupe lancera des innovations publicitaires qui seront autant d'opportunités pour les marques d'adresser une audience engagée dans un environnement *premium* et sécurisant.

Sur le pôle production, comme annoncé, l'activité sera concentrée sur le quatrième trimestre. Newen Studios livrera des productions prestigieuses à l'image des deuxièmes saisons de *Marie-Antoinette* pour Canal+ et de *Memento Mori* pour Prime Video.

Dans la continuité du lancement de *Plus belle la vie, encore plus belle* sur TF1, TFX et TF1+, Newen Studios continuera de renforcer ses synergies avec le pôle Média, avec notamment la livraison de la deuxième saison de *Mademoiselle Holmes*.

Dans ce contexte, les perspectives 2024 du Groupe sont confirmées :

- Poursuivre la croissance du digital en s'appuyant sur le lancement prometteur de TF1+ ;
- Maintenir un taux de marge opérationnelle courante des activités proche de celui de 2023 ;
- Continuer à générer une trésorerie solide permettant de viser une politique de dividendes en croissance sur les prochaines années.

Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité des commissaires aux comptes et le rapport correspondant a été émis.

Le rapport sur l'information financière des neufs premiers mois 2024 est disponible sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/>.

Un webcast de présentation des résultats aura lieu le 30 octobre 2024 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 ».

GRUPE TF1

DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr

DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - mcarcabal@tf1.fr



Certifié avec **wiztrust**