

# Résultats des neuf premiers mois 2025 du groupe TF1

**Stabilité du chiffre d'affaires consolidé à fin septembre 2025 (+0,5%)**

**Forte croissance du chiffre d'affaires publicitaire de TF1+ (+40,5%)**

**ROCA et résultat net part du Groupe (hors surtaxe exceptionnelle) en léger retrait**

**Situation financière solide avec un excédent financier net en hausse sur un an, à 465 M€**

**Succès de la stratégie confortant les objectifs 2025 relatifs à la forte croissance de TF1+ et à la politique de dividendes**

La phase actuelle d'instabilité politique et fiscale en France pèse fortement sur le marché publicitaire en octobre (linéaire en particulier). Les estimations commerciales pour novembre ressortent également dégradées. Dans ce contexte, et avec une faible visibilité jusqu'à la fin de l'année, **le Groupe ajuste son objectif de marge des activités pour 2025 à un niveau compris entre 10,5% et 11,5%** (contre une marge proche de celle de 2024<sup>1</sup>).

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 30 octobre 2025 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes du 3<sup>ème</sup> trimestre 2025. 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 neuf premiers mois 2025 accessible sur le site : [www.groupe-tf1.fr](http://www.groupe-tf1.fr).

(M€)	T3 2025	T3 2024	VAR	9M 2025	9M 2024	VAR
Média	411	416	-1,1%	1 386	1 399	-1,0%
Chiffre d'affaires publicitaire	340	345	-1,6%	1 121	1 147	-2,2%
dont chiffre d'affaires publicitaire TF1+	42	30	+38,6%	134	95	+40,5%
Chiffre d'affaires Média hors publicité	71	70	+1,3%	264	252	+4,8%
Studio TF1	85	71	+18,5%	213	192	+10,9%
<b>Chiffre d'affaires consolidé<sup>a</sup></b>	<b>496</b>	<b>487</b>	<b>+1,7%</b>	<b>1 598</b>	<b>1 591</b>	<b>+0,5%</b>
Média	46	66	-20	171	191	-20
Studio TF1	14	3	+11	20	7	+13
<b>Résultat opérationnel courant des activités</b>	<b>60</b>	<b>69</b>	<b>-9</b>	<b>191</b>	<b>198</b>	<b>-7</b>
Marge des activités	12,1%	14,2%	-2,1 pts	11,9%	12,4%	-0,5 pt
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>59</b>	<b>69</b>	<b>-10</b>	<b>182</b>	<b>196</b>	<b>-14</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>57</b>	<b>63</b>	<b>-6</b>	<b>175</b>	<b>178</b>	<b>-2</b>
<b>Résultat net part du Groupe (hors surtaxe exceptionnelle)</b>	<b>45</b>	<b>49</b>	<b>-5</b>	<b>138</b>	<b>145</b>	<b>-8</b>
Surtaxe exceptionnelle <sup>b</sup>	-1	0	-1	-15	0	-15
<b>Résultat net part du Groupe (dont surtaxe exceptionnelle)</b>	<b>44</b>	<b>49</b>	<b>-5</b>	<b>123</b>	<b>145</b>	<b>-23</b>
<b>Coût des programmes</b>	<b>-211</b>	<b>-212</b>	<b>+2</b>	<b>-662</b>	<b>-671</b>	<b>+9</b>
<b>Excédent financier net<sup>c</sup></b>	<b>465</b>	<b>364</b>	<b>+101</b>	<b>465</b>	<b>364</b>	<b>+101</b>

<sup>a</sup> +0,7% à périmètre et change constants, à fin septembre (-0,2% pour Média et +6,1% pour Studio TF1 à périmètre constant)

<sup>b</sup> Contribution exceptionnelle relative à l'impôt sur les sociétés françaises prévue par la loi de finances pour 2025

<sup>c</sup> N'inclut pas les obligations locatives non courantes et courantes

## Résultats des neuf premiers mois

**Le chiffre d'affaires consolidé** du groupe TF1 sur les neuf premiers mois 2025 s'élève à 1 598 millions d'euros, stable sur un an (+0,5%). La légère baisse du chiffre d'affaires du pôle Média (-1,0% sur un an, à 1 386 millions d'euros) est compensée par la progression de Studio TF1 (+10,9% sur un an, à 213 millions d'euros), portée notamment par la contribution de Johnson Production Group (JPG).

**Le résultat opérationnel courant des activités (ROCA)** s'élève à 191 millions d'euros, en léger retrait de 7 millions d'euros. La marge des activités s'élève à 11,9%.

Pour rappel, le ROCA intégrait au troisième trimestre 2024 une plus-value de 27 millions d'euros liée à la cession de la marque Ushuaïa. Au cours du troisième trimestre 2025, le Groupe a finalisé les cessions de My Little Paris et de PlayTwo, générant une plus-value de 17 millions d'euros. Hors ces éléments, le ROCA à fin septembre 2025 ressort en légère progression de 3 millions d'euros sur un an.

**Le résultat opérationnel** s'élève à 175 millions d'euros, quasi-stable sur un an (-2 millions d'euros). Il intègre 9 millions d'euros de charges d'amortissements des actifs incorporels reconnus dans le cadre de l'acquisition de JPG, et 7 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 138 millions d'euros (-8 millions d'euros sur un an). Par rapport à l'an dernier, il intègre une baisse des plus-values de cessions ainsi que de la rémunération de la trésorerie (en lien avec la baisse des taux de marché).

**L'impact de la loi de finances pour 2025** sur les neuf premiers mois de l'année est de 15 millions d'euros, dont 10 millions d'euros de contribution exceptionnelle au titre de 2024 (comptabilisés au premier trimestre 2025).

**L'excédent financier net** s'établit à 465 millions d'euros à fin septembre 2025, en hausse de 101 millions d'euros sur un an.

## Analyse par secteur

### Média

- **Audiences<sup>2</sup>**

**A fin septembre 2025, le groupe TF1 progresse sur toutes les cibles** sur un an : +0,3 pt chez les 4+ (à 27,0% de part d'audience), +0,8 pt chez les FRDA<50 ans (à 33,8% de part d'audience) et +0,7 pt chez les 25-49 ans (à 30,7% de part d'audience).

**La chaîne TF1 a bénéficié du retour de ses grandes franchises** de divertissement (*The Voice*, *Koh-Lanta*, *Secret Story*), de la série à succès *HPI* (jusqu'à 7,8 millions de téléspectateurs) et d'une programmation sportive événementielle avec l'équipe de France masculine de football (6,6 millions de téléspectateurs pour la demi-finale de Ligue des Nations face à l'Espagne) et l'équipe de France féminine de rugby (audience historique de 3,8 millions de téléspectateurs pour la demi-finale de coupe du monde contre l'Angleterre). Ainsi, **TF1 maintient son leadership sur toutes les cibles<sup>3</sup>**.

La chaîne maintient aussi un **écart significatif avec son principal concurrent commercial** :

- +9,2 pts chez les FRDA <50, avec une part d'audience de 22,8% ;
- +7,8 pts chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, avec une part d'audience de 20,2%.

<sup>2</sup> Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie

<sup>3</sup> Cibles 4+, FRDA<50 et Individus 25-49

**L'information du Groupe réalise de très bonnes performances**, avec les journaux du 13h et du 20h qui maintiennent un écart significatif avec leur concurrent direct, et avec *Bonjour !* qui voit sa part d'audience atteindre un niveau record en septembre à 13,5% chez les 4+, et devient ainsi la deuxième matinale de France.

Portée par sa ligne éditoriale différenciante avec une priorité donnée à l'analyse et au décryptage de l'actualité internationale, de la politique et de l'économie, LCI enregistre une part d'audience supérieure à 2% chez les 4+ depuis son passage sur le canal 15 de la TNT<sup>4</sup>.

Capitalisant notamment sur la programmation premium du linéaire, TF1+ rassemble 36 millions de streamers par mois en moyenne sur les neuf premiers mois 2025, avec un **nouveau record de 41 millions de streamers atteint au mois de septembre**. 834 millions d'heures ont été visionnées sur TF1+ à fin septembre 2025 en vision Médiamétrie, soit 1,4x la consommation du deuxième acteur. En vision *site centric*<sup>5</sup>, la consommation ressort en progression de 14% sur un an.

- **Le chiffre d'affaires du secteur Média** s'établit à 1 386 millions d'euros à fin septembre 2025, en légère baisse de 1,0% sur un an :
  - **Le chiffre d'affaires publicitaire** s'élève à 1 121 millions d'euros, soit -2,2% sur un an.

**Sur le linéaire**, la dynamique publicitaire du troisième trimestre s'inscrit dans celle du premier semestre, dans un environnement incertain et instable qui pèse sur les investissements des annonceurs. Pour rappel, les neuf premiers mois 2024 avaient été favorables au Groupe, avec un marché porteur au premier semestre, la diffusion de l'EURO de football et l'incidence positive indirecte des Jeux Olympiques de Paris.

Dans ce contexte difficile, **TF1+<sup>6</sup> continue de démontrer son attractivité pour les annonceurs**. Son chiffre d'affaires publicitaire maintient une forte dynamique de croissance (+40,5% sur un an) pour atteindre 134 millions d'euros à fin septembre.
  - **Le chiffre d'affaires Média hors publicité** s'élève à 264 millions d'euros, en progression de 4,8%. Les performances de l'interactivité et du pôle musique et spectacles sur les neuf premiers mois permettent de compenser l'effet de la déconsolidation de My Little Paris et de PlayTwo au troisième trimestre.
- **Le coût des programmes** du Groupe s'élève à 662 millions d'euros à fin septembre. La légère baisse de 9 millions d'euros sur un an reflète notamment l'effet de base lié à l'EURO de football masculin en 2024.
- **Le résultat opérationnel courant des activités du pôle Média** s'établit à 171 millions d'euros. Le recul sur un an (-20 millions d'euros) s'explique par la baisse du chiffre d'affaires publicitaire et par l'incidence des cessions (Ushuaïa en 2024 ; My Little Paris et PlayTwo en 2025) mentionnées précédemment. **La marge des activités du pôle Média** ressort à 12,3%.

<sup>4</sup> Suite au changement de numérotation en vigueur depuis le 6 juin

<sup>5</sup> 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

<sup>6</sup> Pour rappel, le chiffre d'affaires publicitaire de TF1+ ne comprend pas le chiffre d'affaires issu de la télévision segmentée et du micro-paiement, des abonnements à TF1+ Premium et de TF1Info.fr

## Studio TF1<sup>7</sup>

- **Le chiffre d'affaires de Studio TF1** s'établit à 213 millions d'euros à fin septembre 2025, en progression de 10,9% sur un an. Il intègre une contribution de 25 millions d'euros de JPG (contre 8 millions d'euros l'an dernier<sup>8</sup>).

Hors JPG, l'activité de Studio TF1 sur les neuf premiers mois est en progression, portée notamment par une bonne dynamique au troisième trimestre. Elle a été marquée par la diffusion du feuilleton *Tout pour la lumière*, la production de la version flamande de *Danse avec les Stars*, des livraisons pour des plateformes telles que *De rockstar à tueur : Le cas Cantat* pour Netflix, la troisième saison de *Memento Mori* pour Prime Video et des succès en salles des films *Y'a pas de réseau* et *Avignon*.

- **Le résultat opérationnel courant des activités de Studio TF1** s'établit à 20 millions d'euros à fin septembre 2025, en hausse de 13 millions d'euros sur un an. **La marge des activités de Studio TF1** s'élève à 9,4%, en progression de 5,7 pts sur un an.

## Structure financière

**Au 30 septembre 2025, le groupe TF1 dispose d'une situation financière solide, avec un excédent financier net de 465 millions d'euros, en hausse de 101 millions d'euros sur un an.**

Par rapport à fin décembre 2024 (506 millions d'euros), l'évolution de l'excédent financier net reflète essentiellement la génération d'un cash-flow libre avant BFR de 84 millions d'euros à fin septembre et de 72 millions d'euros après BFRs, et le versement par TF1 du dividende en avril pour 127 millions d'euros.

## Perspectives

**Dans un environnement vidéo marqué par une évolution rapide des usages, l'ambition du Groupe est de s'établir comme la destination premium de référence sur l'écran de télévision pour le divertissement familial et l'information de qualité en langue française.**

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

- Renforcer le leadership du Groupe sur le marché publicitaire linéaire ;
- Devenir la première plateforme de streaming gratuite en France et dans la francophonie ;
- Ancrer Studio TF1 sur la scène internationale, en tirant profit de la puissance de la marque TF1.

**Sur le pôle Média, le groupe TF1 continuera de proposer la meilleure offre de divertissement gratuite, familiale, et sérialisée.** Le quatrième trimestre 2025 verra notamment le retour de la *Star Academy*, dans un dispositif 360° avec une diffusion sur TF1, TFX et TF1+ et une présence sur les réseaux sociaux générant un fort engagement, notamment sur les cibles jeunes. Le Groupe diffusera aussi les ultimes épisodes de sa fiction premium *Montmartre* et six matches des équipes de France de football et de rugby.

Après avoir lancé TF1+ en janvier 2024 et l'avoir positionnée auprès du marché publicitaire comme une alternative premium à YouTube, **le Groupe est entré dans la deuxième phase de son plan stratégique.**

Le premier pilier de cette nouvelle phase est **une nouvelle forme de monétisation sur TF1+ à travers le micro-paiement, lancé en septembre 2025.** Les utilisateurs peuvent désormais bénéficier de nouvelles fonctionnalités permettant un accès à la carte à une diversité d'œuvres et de contenus de haute qualité, sans coupure publicitaire, disponibles en contrepartie du paiement d'une somme

<sup>7</sup> Anciennement Newen Studios

<sup>8</sup> Pour rappel, JPG a été consolidé dans les comptes de Studio TF1 à compter du troisième trimestre 2024

modeste. Ces offres ont reçu un accueil très favorable de la part des utilisateurs de TF1+, avec près de deux cent mille transactions réalisées sur le mois de septembre.

Le second pilier est **l'extension de la distribution des contenus du Groupe, illustrée par l'accord inédit signé avec Netflix**. À partir de l'été 2026, tous les abonnés de Netflix en France pourront regarder les chaînes du groupe TF1 et les contenus à la demande de TF1+, directement sur Netflix. Cette alliance sans précédent permettra au Groupe d'augmenter sa couverture en touchant des audiences complémentaires à sa plateforme TF1+ et d'ouvrir de nouveaux horizons publicitaires.

Enfin, le troisième pilier de cette nouvelle phase stratégique est le **renforcement du Groupe à l'international**. Déjà déployée en Belgique, au Luxembourg et en Suisse depuis 2024, TF1+ est maintenant présente dans 22 pays de l'Afrique francophone depuis le 30 juin 2025.

**Pour Studio TF1**, comme précédemment annoncé, **l'activité est concentrée sur le deuxième semestre, comme en 2024**. Elle s'appuiera notamment sur l'activité de Studio TF1 America (JPG et Reel One), sur la distribution et sur des livraisons premium comme *Baby Doll* pour Paramount et *Day One* pour Prime Video.

### Fort du succès de sa stratégie, le Groupe confirme les objectifs 2025 suivants :

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

La phase actuelle d'instabilité politique et fiscale française pèse sur la confiance des acteurs économiques, conduisant à un marché publicitaire (linéaire en particulier) plus difficile qu'anticipé sur le mois d'octobre. Les estimations commerciales pour novembre ressortent également dégradées.

Dans ce contexte, et avec une faible visibilité jusqu'à la fin de l'année, **le Groupe ajuste son objectif de marge des activités pour 2025 à un niveau compris entre 10,5% et 11,5%** (contre une marge proche de celle de 2024, soit 12,6%).

#### 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, 58 millions de Français plébiscitent ses programmes via ses chaînes en clair, et 35 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