

[27.04.2023] COMMUNIQUÉ DE PRESSE

RÉSULTATS DU T1 2023 DU GROUPE TF1

Leadership d'audiences accru sur cibles commerciales

Poursuite de la bonne dynamique sur le digital, avec une forte hausse du chiffre d'affaires publicitaire de MYTF1 (+17,3%)

Agilité sur le coût des programmes et solidité financière réaffirmées

Boulogne-Billancourt, le 27 avril 2023

Le Conseil d'Administration de TF1, réuni le 27 avril 2023 sous la Présidence de Rodolphe Belmer, a arrêté les comptes du 1^{er} trimestre 2023. 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 premier trimestre 2023, accessible sur le site : www.groupe-tf1.fr.

(M€)	T1 2023	T1 2022	VAR. (M€)	VAR. %
Média	419,1	485,5	(66,4)	-13,7%
Chiffre d'affaires publicitaire ¹	340,7	377,1	(36,4)	-9,7%
dont chiffre d'affaires publicitaire MYTF1 ²	20,2	17,3	3,0	17,3%
Chiffre d'affaires Média hors publicité ³	78,4	108,4	(30,0)	-27,7%
Newen Studios	60,6	75,8	(15,2)	-20,1%
Chiffre d'affaires consolidé	479,7	561,3	(81,6)	-14,5%
Média	41,4	57,5	(16,0)	-27,9%
Newen Studios	(1,6)	3,9	(5,5)	-
Résultat opérationnel courant des activités⁴	39,9	61,4	(21,5)	-35,0%
Taux de marge opérationnelle courante des activités	8,3%	10,9%	-	-2,6pt
Résultat opérationnel courant	38,8	59,6	(20,8)	-34,9%
Résultat opérationnel	33,6	56,2	(22,6)	-40,2%
Résultat net part du Groupe	28,1	34,1	(6,0)	-17,6%
Coût des programmes	(200,6)	(220,0)	19,4	-8,8%
Excédent financier net ⁵	468,2	379,4	88,8	23,4%

Résultats Groupe

Le **chiffre d'affaires consolidé** du groupe TF1 s'élève à **479,7 millions d'euros** au premier trimestre 2023, soit une variation de -81,6 millions d'euros (-14,5%) par rapport au premier trimestre 2022. Hors effet de périmètre, la variation du chiffre d'affaires est de -59,5 millions d'euros (-11,0%).

Le **chiffre d'affaires publicitaire** du Groupe s'établit à **340,7 millions d'euros**, en retrait de 36,4 millions d'euros. **Hors effet de périmètre⁶, la variation est de -25,1 millions d'euros (soit -6,9%), en ligne avec nos anticipations.**

¹ Hors effet de périmètre, le chiffre d'affaires publicitaire Média est en baisse de 25,1 millions d'euros, soit une évolution de -6,9% vs T1 2022.

² Suite à la cession des activités Unify Publishers au T4 2022, cet indicateur vient se substituer à l'indicateur chiffre d'affaires publicitaire digital.

³ Hors effet de périmètre, le chiffre d'affaires Média hors publicité est en baisse de 7,8 millions d'euros, soit une évolution de -9,0% vs T1 2022.

⁴ Résultat opérationnel courant avant amortissements des actifs incorporels reconnus lors d'une acquisition.

⁵ Avant impact des obligations locatives.

⁶ Cession des actifs Unify Publishers au quatrième trimestre 2022.

Le **chiffre d'affaires de Newen** s'élève à 60,6 millions d'euros, en recul de 15,2 millions d'euros sur un an. Cette baisse s'explique notamment par un effet de base défavorable lié à la livraison d'une production importante en Allemagne au T1 2022.

Le **résultat opérationnel courant des activités (ROCA)** s'établit à 39,9 millions d'euros au premier trimestre 2023, inférieur de 21,5 millions d'euros au premier trimestre 2022. Le résultat opérationnel courant s'établit à 38,8 millions d'euros au premier trimestre 2023.

Le **résultat opérationnel** s'élève à 33,6 millions d'euros et intègre 5,2 millions d'euros de charges non courantes liées à la mise en œuvre du plan d'accélération digitale et à l'optimisation du parc immobilier du Groupe.

Le **résultat net part du Groupe** s'établit à **28,1 millions d'euros**, en baisse de 6,0 millions d'euros par rapport au premier trimestre 2022⁷.

L'excédent financier net s'établit à 468,2 millions d'euros à fin mars 2023 contre 379,4 millions d'euros à fin mars 2022, en hausse de 88,8 millions d'euros.

Analyse par secteur

Média

— **Audiences**⁸

Au premier trimestre 2023, sur les cibles commerciales, le groupe TF1 maintient son leadership (+0,1 pt) et la chaîne TF1 réalise une progression notable. Sa part d'audience est de 22,6% chez les FRDA <50, **en hausse de 0,6 pt**, lui permettant d'afficher un **écart record par rapport à son premier concurrent sur un T1**⁹. Chez les Individus âgés de 25 à 49 ans, sa part d'audience est de 19,7% (en progression de 0,2 pt).

Au premier trimestre, la chaîne enregistre 7 des 10 meilleures audiences chez les Individus âgés de 4 ans et plus. **TF1 affiche de très bonnes performances dans tous les genres, avec une offre unique et différenciante :**

- **Une offre de fiction française fédératrice** avec le retour de *Balthazar* qui comptabilise jusqu'à 6,9 millions de téléspectateurs (soit la meilleure audience de l'année à date pour une fiction) et des records sur des publics jeunes avec de nouvelles franchises comme *Avenir* qui réalise 43,1% de part d'audience chez les Individus âgés de 15 à 24 ans ;
- **Des programmes emblématiques de divertissement** avec *Les Enfoirés* qui réalise la meilleure audience du premier trimestre avec 8,5 millions de téléspectateurs, ou le retour de *Koh-Lanta* qui obtient 43,5% de part d'audience chez les FRDA <50 en moyenne ;
- **Une offre d'information référente** avec notamment l'intervention de la Première Ministre Elisabeth Borne le 16 mars 2023 qui a réuni 6,6 millions de téléspectateurs. Les journaux confirment leur *leadership*, **Le journal de 20h** réunissant jusqu'à 6,9

⁷ Le résultat net 2022 intégrait la quote-part de pertes liées à Salto.

⁸ Données de consommation de télévision et de vidéo Médiamétrie.

⁹ Depuis 2013.

millions de téléspectateurs et **Le journal de 13h** rassemblant jusqu'à 5,7 millions de téléspectateurs ;

- **Des événements sportifs populaires**, avec le retour de l'équipe de France de football, qui a réuni jusqu'à 8,1 millions de téléspectateurs lors du match France-Irlande ;
- **Une programmation cinéma plébiscitée par les familles**, avec notamment *Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre* qui a atteint 40,1% de part d'audience chez les Individus âgés de 25 à 49 ans.

MYTF1 poursuit son développement avec l'objectif de devenir la plateforme de streaming gratuite de référence en France.

- **Le premier trimestre a de nouveau illustré l'efficacité de l'offre de contenus du Groupe, adaptée aux deux usages linéaires et non-linéaires.** Plus de 30% de la consommation de marques fortes et sérialisées comme *Koh-Lanta* et *Ici tout commence* est maintenant réalisée en non-linéaire.
- **MYTF1 enregistre également des niveaux de consommation live records** avec en particulier plus d'un million de visites pour les matches de l'équipe de France de football.

— **Le chiffre d'affaires du secteur Média s'établit à 419,1 millions d'euros, en baisse de 13,7% et de 7,3% à périmètre constant.**

- Le chiffre d'affaires publicitaire du secteur Media **s'élève, à fin mars 2023, à 340,7 millions d'euros**, en baisse de 36,4 millions d'euros. **Hors effet de périmètre¹⁰, il est en baisse de 25,1 millions d'euros, soit -6,9%**, le contexte macro-économique incertain et des tensions sectorielles spécifiques (établissements financiers, distribution et alimentaire) ayant pesé sur les investissements des annonceurs.

Au sein du chiffre d'affaires publicitaire du secteur Média, **le chiffre d'affaires publicitaire de MYTF1 poursuit sa bonne dynamique.** Porté par une forte demande, il s'élève à 20,2 millions d'euros à fin mars 2023, **en croissance de 17,3%** par rapport au premier trimestre 2022.

- **Le chiffre d'affaires Média hors publicité** est en baisse de 30,0 millions d'euros. Cette baisse s'explique principalement par un effet de périmètre de 22,3 millions (cession des actifs Unify), une légère baisse de l'interactivité et une absence de vente de droits à Salto.

— **Le coût des programmes** du Groupe s'élève à 200,6 millions d'euros, en baisse de 19,4 millions d'euros, **compensant en grande partie la baisse du chiffre d'affaires publicitaire**, et démontrant une fois encore la capacité du Groupe à **adapter ses coûts tout en faisant progresser sa part d'audience sur cibles commerciales.**

— **Le résultat opérationnel courant des activités du pôle Média** s'établit à 41,4 millions d'euros faisant ressortir un taux de marge de 9,9%.

¹⁰ Cession des actifs Unify Publishers au quatrième trimestre 2022.

Newen Studios

- **Le chiffre d'affaires de Newen Studios s'établit à 60,6 millions d'euros au premier trimestre, en baisse de 15,2 millions d'euros, comme anticipé.**

Cette baisse d'activité s'explique notamment par un **effet de base défavorable lié à la livraison de *Funeral for a Dog* pour Sky Allemagne au premier trimestre 2022**, l'arrêt de *Plus belle la vie* étant compensé en chiffre d'affaires par la contribution des acquisitions réalisées en 2022¹¹.

En effet, Newen Studios a bénéficié durant toute l'année 2022 de **livraisons importantes comme *Liaison pour Apple TV+* et *Marie-Antoinette* pour Canal+**. Les succès rencontrés par ces dernières permettent au pôle de se positionner comme un **partenaire de confiance dans le cadre de futures collaborations**, en témoigne le renouvellement de *Marie-Antoinette* pour une deuxième saison¹².

Le résultat opérationnel courant des activités de Newen Studios s'établit à -1,6 millions d'euros au premier trimestre 2023.

Structure financière

Au 31 mars 2023, le groupe TF1 dispose d'une situation financière particulièrement solide.

Avec un cash-flow libre après BFR s'élevant à 146,4 millions d'euros au premier trimestre, le groupe TF1 affiche un excédent financier net de 468,2 millions d'euros au 31 mars 2023¹³, contre un excédent financier net de 325,7 millions d'euros à fin décembre 2022¹⁴.

Performance extra-financière

Au cours du premier trimestre 2023, **le groupe TF1 s'est à nouveau mobilisé en faveur d'une société inclusive**. À l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes, le Groupe a présenté sa troisième promotion d'**Expertes à la Une**, un programme développé par la Direction de l'Information pour renforcer la représentativité des femmes expertes dans les journaux télévisés de TF1 et LCI.

Le groupe TF1 a également poursuivi **ses initiatives solidaires** avec la participation de ses animateurs et journalistes à des spots de sensibilisation ou à des jeux dans le cadre de la collecte de dons pour les Pièces Jaunes et le Sidaction.

Gouvernance

Le Conseil d'Administration du 14 avril 2023 a pris acte de la ratification, lors de l'Assemblée Générale, de la cooptation de Rodolphe Belmer en qualité d'Administrateur, et en conséquence de la confirmation de son mandat de Président Directeur Général.

Il a aussi pris acte, lors de cette même Assemblée Générale, du renouvellement des mandats d'Administrateur d'Olivier Bouygues et d'Administratrice indépendante de Catherine Dussart.

Le Conseil d'Administration de TF1 compte 50% d'Administratrices et 3 Administratrices indépendantes (soit une proportion d'indépendance de 37,5%, supérieure au seuil d'un tiers recommandé par le code AFEP-MEDEF pour les sociétés contrôlées).

¹¹ Izen UK et Anagram.

¹² Livraison prévue en 2024.

¹³ Excédent financier net de 410,2 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives.

¹⁴ Excédent financier net de 251,4 millions d'euros après prise en compte des obligations locatives.

Compte tenu de l'adoption par l'Assemblée Générale du 14 avril 2023 de la 26ème résolution relative à l'insertion d'un article 16 des statuts relatif au censeur, le Conseil d'Administration a nommé Didier Casas, Secrétaire Général du groupe Bouygues et Responsable de l'Ethique du Groupe, en qualité de censeur pour une durée de trois ans.

ARCOM¹⁵

Après la sélection de la chaîne TF1 par l'ARCOM le 22 février dernier dans le cadre de l'appel à candidature pour sa diffusion sur la TNT, **le Groupe a signé ce jour une nouvelle convention avec l'Autorité, lui permettant l'utilisation de la fréquence TNT à compter du 6 mai 2023 pour une durée de 10 ans.**

Le Groupe continuera ainsi à proposer ses contenus au large public qui y accède via la TNT et réaffirme ses engagements sociétaux et auprès de la filière de la création, tout en gardant la souplesse nécessaire pour adapter sa grille de programmes aux évolutions de marché.

Perspectives

Dans un contexte de marché offrant une visibilité limitée, **le Groupe maintiendra sur le pôle Média, son agilité sur son coût des programmes tout en proposant une programmation événementielle et différenciante.**

Le deuxième trimestre verra le retour sur les antennes du Groupe de marques fortes, à l'image de *Mask Singer* et *HPI*, **programmes sérialisés avec un fort potentiel en non-linéaire.** Le deuxième semestre sera marqué par des événements d'antenne, notamment **la diffusion de la Coupe du Monde de Rugby**, qui se déroulera en France et qui permettra de proposer aux clients annonceurs des inventaires *premium*.

MYTF1 poursuivra son développement pour devenir la **plateforme de streaming gratuite de référence en France, en faisant levier de la puissance de sa ligne éditoriale et en maximisant la valeur de ses inventaires par le renforcement de sa stratégie data.**

Après une année 2022 marquée par de nombreuses livraisons, **Newen Studios s'appuiera en 2023 sur la diversité de ses talents pour développer de nouveaux projets porteurs de croissance pour les années à venir.**

Comme annoncé le 14 février 2023, **le Groupe consolidera son leadership et maintiendra en 2023 un taux de marge opérationnelle courante des activités proche de 2022.** Le Groupe continuera à générer une **trésorerie solide lui permettant de viser une politique de dividendes en croissance ou stable.**

Le rapport sur l'information financière du T1 est disponible sur le site <https://www.groupe-tf1.fr/>.
Un webcast de présentation des résultats aura lieu le 27 avril 2023 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 ».

GROUPE TF1
DIRECTION DES RELATIONS INVESTISSEURS - comfi@tf1.fr
DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - mcarcabal@tf1.fr



¹⁵ Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique.