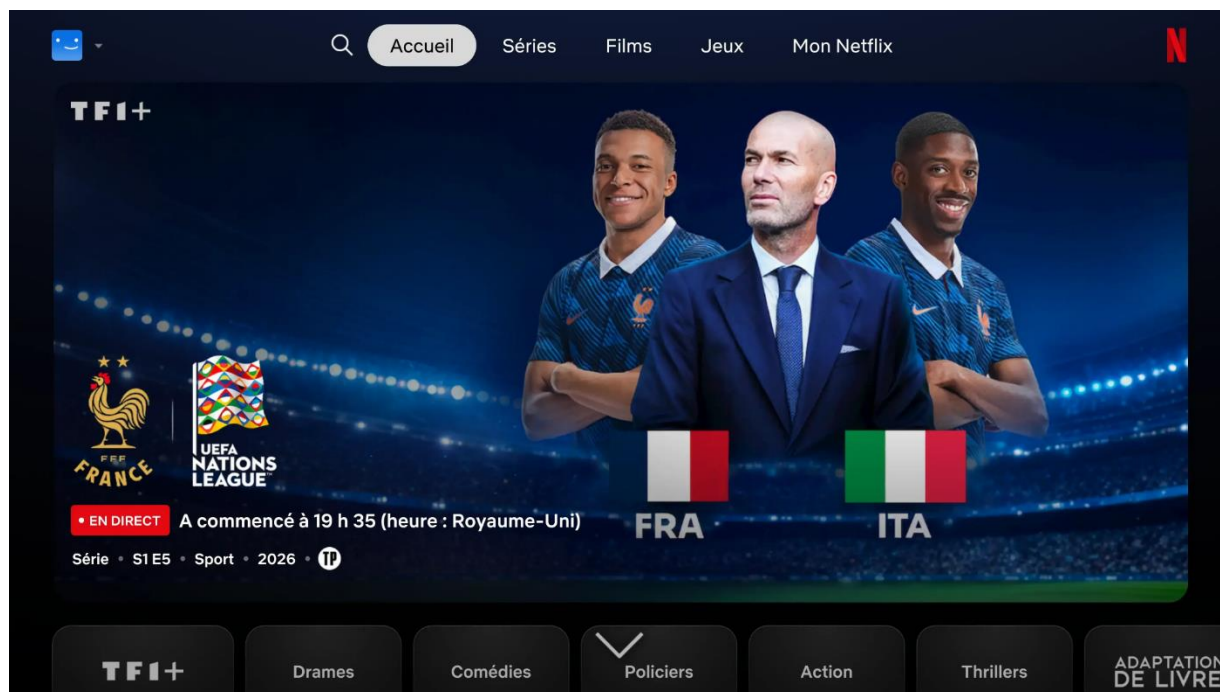


Le partenariat TF1 avec Netflix confirme et amplifie son succès



Plus de trois mois après son lancement, le partenariat de distribution entre TF1 et Netflix affiche un bilan très positif. Les objectifs initiaux ont été rapidement dépassés, et la dynamique se poursuit sur l'ensemble des indicateurs : audiences, contenus et publicité.

Une audience en forte croissance

Depuis le lancement, les heures vues de TFI+ ont augmenté de 30 % par rapport à la même période en 2025. Cette progression, visible dès les premières semaines, valide la pertinence d'une distribution élargie des contenus du Groupe TF1.

Le partenariat séduit aussi les Français, qui le jugent premium, innovant et pratique : 87 % y voient une bonne initiative et 79 % soulignent son caractère particulièrement pratique.

Une intégration produit qui favorise la découverte de nouveaux contenus et la diversité de l'offre

Les programmes TFI+ sont désormais intégrés directement dans l'expérience Netflix. Les abonnés peuvent les retrouver via l'espace TFI+, la recherche et les recommandations de Netflix.

Suite à l'intégration complète des contenus TF1 dans les outils de recommandation et de recherche de Netflix, le visionnage des contenus TF1 par les publics exposés a augmenté de 140 % entre juillet et août. Près d'un abonné Netflix sur deux a regardé au moins un programme TFI+ depuis le lancement.

Deux catalogues complémentaires, des contenus plébiscités

Les abonnés Netflix retrouvent les grands succès de divertissement de TF1, des fictions emblématiques, des feuilletons quotidiens et une sélection de blockbusters français. Plusieurs programmes se sont hissés dans le Top 10 de Netflix : *Secret Story*, *Koh-Lanta All Stars*, *La Villa des Cœurs Brisés*, *La Cible* et les matchs de l'Équipe de France de football.

Portés par la puissance de recommandation de Netflix, certains titres du catalogue de TF1 + rencontrent avec succès de nouveaux publics, comme la mini-série *Une chance de trop*, adaptée de Harlan Coben et diffusée pour la première fois en 2015. Ces performances montrent la capacité des contenus du Groupe TF1 à élargir leur audience.

Claire Basini, Directrice Générale adjointe du Groupe TF1 en charge du B2C déclare « *Le succès de notre partenariat avec Netflix confirme toute la pertinence de notre stratégie : en rendant les contenus de TF1+ accessibles dans un nouvel environnement, nous élargissons leur audience auprès de nouveaux publics et créons de nouvelles opportunités pour les annonceurs. La progression de 30 % des heures vues, le succès de toute notre offre de programmes et l'incrément de couverture des campagnes publicitaires témoignent d'une dynamique très forte. C'est une avancée significative au bénéfice des publics, des marques et de la création française* ».

« *Les premiers résultats du partenariat confirment toute sa pertinence grâce à l'expérience de découverte de Netflix, à la complémentarité des catalogues et à la force des programmes de TF1. Nous nous réjouissons de cette collaboration, qui enrichit chaque jour l'expérience de divertissement de nos abonnés* » déclare **Olivier Abecassis, Senior Director, Business Development Netflix France**.

Contacts presse

Communication corporate du Groupe TF1
communicationcorporate@tf1.fr

Paul Mennesson, Communications manager Netflix
pmennesson@netflix.com

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 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

À propos de Netflix

Netflix est l'un des leaders mondiaux du divertissement, proposant des séries, films, jeux et programmes en direct dans une multitude de genres et de langues. Les abonnés peuvent regarder leurs programmes, les mettre en pause et en reprendre la lecture autant qu'ils le souhaitent, n'importe quand et où qu'ils se trouvent, et ont également la possibilité de changer d'offre à tout moment.