

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 30 décembre 2019

AUDIENCES 2019 GROUPE TF1 :

LA STRATEGIE MULTI-CHAINES ET MULTI-ECRANS PERMET AU GROUPE TF1 DE CONFIRMER UN LEADERSHIP A TRES HAUT NIVEAU SUR LES PUBLICS CLES



- 32.6% DE PDA SUR LES FRDA-50
- 29.4% SUR LES 25-49 ANS
- 32.9% SUR LES 15-24 ANS
- 30.2% SUR LES 15-34 ANS
- 27.1% SUR LES CSP+

TF1 confirme sa position de leader et sa capacité de rassemblement uniques dans tous les genres et auprès de tous les publics (19.5% de pda 4+ / 22% de pda sur les Frda-50), notamment les jeunes. TF1 détient ainsi 100% du Top 100 sur le public des Frda-50, 98/100 sur les 25-49 ans et 85 du Top 100 sur l'ensemble du public. En plus d'une position incontournable sur l'information, TF1 s'est particulièrement illustrée par des prises de risque gagnantes, au premier rang desquelles la Coupe du Monde féminine de football, Le Bazar de la Charité et Mask Singer.

TMC confirme sa position de leader de la TNT (3.1% de pda) et réalise une année historique sur ses publics cibles avec 4.4% de pda sur les 25-49 ans, les CSP+ et les Frda-50.

LCI réalise la plus forte progression d'audience des chaînes info (+27%) pour atteindre son record historique (1% de pda) et confirme sa position de 2^e chaîne info, y compris désormais sur les CSP+.

TFX confirme sa position de 3^e chaîne TNT sur les 15-24 ans (3.7%) et sur les Frda-50 (3.3%).

TF1 Séries Films réalise sa meilleure année historique sur les Frda-50 (2.6%) et sur les 25-49 ans (2.1%)

MYTF1, qui a connu une relance en juin, mixe désormais les contenus des antennes en délinéaire et une offre AVOD, avec une montée en gamme de l'expérience de visionnage. Elle réalise une année record avec 1.780 milliards de vidéos vues, soit +24% en un an. TF1 réalise 8 des 10 plus fortes audiences en replay, parmi lesquelles le Bazar de la Charité (+1.44m tvsp), Koh Lanta (+1.09m tvsp) et Manifest (+1.46m tvsp).

Ces performances illustrent la capacité du Groupe à se transformer pour mieux répondre aux nouvelles attentes du public et aux nouveaux usages.

DETAIL PAR CHAINE



- **TF1 : LARGE LEADER DE LA TELEVISION ; UNE CAPACITE INEGALEE DE RASSEMBLEMENT ET UN RENOUVEAU DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES**

- **La Coupe du Monde féminine, meilleure audience de l'année avec 10.7m téléspectateurs.** De façon plus générale, le Top 100 valide la stratégie d'acquisition de droits sportifs de TF1, la chaîne plaçant également des matchs de foot avec l'équipe de France masculine et de la Coupe du monde de rugby.
- **Une offre d'information incontournable :** jusqu'à 7.6m tvsp à 20H, jusqu'à 6.3m tvsp à 13H, 7.4m tvsp pour l'interview d'Edouard Philippe en janvier. Jusqu'à 5.7m pour **20H Le Mag**. Jusqu'à 4.8m tvsp pour **Grands Reportages** et 4.6m tvsp pour **Sept à Huit**.
- **Une fiction française puissante qui séduit le public féminin et les jeunes :** jusqu'à 8.5m tvsp pour **Le Bazar de la charité** 36% sur les Frda-50 et 38% sur les 15-24, jusqu'à 7.4m pour **Balthazar** et 31% sur les Frda-50, jusqu'à 6.6m pour **Les Bracelets rouges** 35% sur les Frda-50 et 49% sur les 15-24, jusqu'à 5.3m pour **Pour Sarah** et 37% sur les 15-24. Jusqu'à 7.2m pour **Le premier oublié** et 5.8m pour **La part du soupçon**. Année record pour **Demain nous appartient** – 1^{er} feuilleton quotidien en audience : 3.8m tvsp
- **Renouveau du divertissement et confirmation des émissions emblématiques :** **Les Enfoirés** réalise la 1^{ère} audience de divertissement de l'année (9.4m tvsp). **Mask Singer** (jusqu'à 7.3m tvsp, 42% de pda sur les Frda-50 et 57% sur les 4-14 ans) rejoint les grandes franchises The Voice (6.1m) et Koh Lanta (6.5m). On retrouve encore parmi les meilleures audiences **Miss France** (6.9m), **C Anteloup** (6.4m). A la mi-journée, **Les 12 coups de midi** réalisent une année historique avec 36% de pda et 3.4m tvsp.
- **Les séries US séduisent le public féminin :** les nouveautés 2019 **Manifest** (jusqu'à 6.8m tvsp 41% de pda Frda-50) et **SWAT** (jusqu'à 5.9m) réalisent les meilleures audiences des séries US, suivies de **Good Doctor** (5.4m), **L'arme fatale** (5.1m) et de la nouveauté **New Amsterdam** (5m). Le genre est particulièrement attractif sur le public féminin, avec 60 des audiences du TOP 100 Frda-50, via notamment **Grey's anatomy**.
- **Le cinéma français en forme :** TF1 est un partenaire de 1^{er} plan du cinéma français. On retrouve parmi les meilleures audiences du genre les films co-produits par TF1 : **Bienvenue chez les Chtis** (6.7m), **Raide Dingue** (6.6m), **Intouchables** (6.5m) et **Alibi.com** (6.2m)



- **LCI : PLUS FORTE PROGRESSION DES CHAINES INFO ET RECORD HISTORIQUE (1%) ; UNE POSITION DE 2^E CHAINE INFO CONFIRMEE SUR L'ENSEMBLE DU PUBLIC COMME, DESORMAIS, SUR LES CSP+**

- **Les grandes soirées de débat permettent à LCI de se classer 1^{ère} chaîne info** avec en tête « Edouard Philippe face aux Français » (849 000 tvsp)
- **Année record pour La Matinale** avec jusqu'à 132 000 tvsp et 4.1% de pda **et 24h Pujadas** (jusqu'à 326 000 tvsp et +0.3 pt de pda en 1 an)

- Succès également pour Audrey & Co, Perriscope, le Débat d'Arlette Chabot et le we En toute franchise, tous en hausse vs 2018.



- **TMC : LEADER TNT. RECORD HISTORIQUE SUR LE PUBLIC FEMININ, LES 25-49 ET LES CSP+ A 4.4%**

- **L'enrichissement gagnant de l'offre sport** : 1^{ère} audience de l'année sur les chaînes de la TNT avec le match de foot amical France-Bolivie (3m tvsp), des matchs de la Coupe du Monde féminine (jusqu'à 1.9m), de la Coupe du Monde de rugby (1.8m), la finale de la CAN Sénégal-Algérie (1.6m)
- **Quotidien leader des talk et toujours en hausse** : jusqu'à 2m tvsp, record historique de l'émission.
- **Burger Quiz** : jusqu'à 1.5m tvsp
- **Le cinéma très performant** : la meilleure audience cinéma de la TNT est réalisé par Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ? (2.9m tvsp)



- **TFX : 3^e CHAINE TNT SUR LES 15-24 (3.7%) ET SUR LES FRDA-50 (3.3%)**

- **La meilleure audience de la chaîne est réalisée par la finale de la Ligue des Nations (1.2m tvsp)**
- **Le Cinéma fédérateur**, à l'image d'Assassin's Creed ou Jurassic Park III (1.1m tvsp)
- **Le magazine de prime time Appels d'urgence** dans le TOP 10 des audiences avec jusqu'à 1m de tvsp
- **En access, les feuilletons réalités très attractifs sur les 15-24 ans** : 11% de pda sur les 15-24 ans pour La Villa des cœurs brisés, 12% pour La Bataille des couples



- **TF1 SERIES FILMS : RECORD HISTORIQUE SUR LE PUBLIC FEMININ (2.6%) ET LES 25-49 ANS (2,1%)**

- **La meilleure audience de la chaîne est réalisée par le film L'Arme fatale III (1m tvsp)**
- **Les séries françaises phares de TF1 en 2^e diffusion** réalisent également parmi les meilleures audiences, à l'image de Section de Recherches (800 000 tvsp).

Source : Médiamétrie - Médiamat GROUPE TF1

GROUPE TF1

DIRECTION COMMUNICATION & DES MARQUES - Maylis Carçabal – mcarcabal@tf1.fr

DIRECTION COMMUNICATION PROGRAMMES & SPORT - Thomas Pawlowski tpawlowski@tf1.fr

@GroupeTF1

