

[02.01.23] **COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

AUDIENCES ANNUELLES 2022 :

LE GROUPE TF1 RASSEMBLE TRÈS LARGEMENT LES FRANÇAIS AUTOUR D'UNE OFFRE ÉVÉNEMENTIELLE, AMBITIEUSE ET FAMILIALE



Dans un environnement marqué par une accélération de l'évolution des usages, le Groupe TF1 occupe une position de premier plan sur l'univers de la vidéo par sa capacité à fédérer très largement tous les publics sur ses antennes linéaires et non linéaires.

En 2022, le **Groupe rassemble ainsi plus de 49 millions de téléspectateurs chaque semaine** sur ses antennes et **renforce son leadership sur l'ensemble des publics de - de 50 ans**, avec des records sur le public jeune et creusant l'écart avec ses concurrents :

- **33.6% de PdA sur les FRDA-50, record depuis 2007**, + 11,3 pts vs challenger direct, écart en hausse de 0,6 pts vs 21
- **30.5% sur les 25-49 ans, record depuis 2011**, + 10,2 pts vs challenger direct, écart en hausse de 1,3 pts vs 21,
- **33,3% de PdA sur les 15-34 ans, record depuis 2006**, + 11,8pts pts vs challenger direct, écart en hausse de 2 pts vs 21
- **35,2% de PdA sur les 15-24 ans, record depuis 1997**, + 15,1 pts vs challenger direct, écart en hausse de 3,3 pts vs 21

MYTF1 confirme, quant à elle, sa position de **plateforme de streaming gratuit leader avec 26 millions de catch-uppers uniques mensuels en moyenne sur l'année* et comptabilise 1 milliard d'heures de visionnage.**

Pour Rodolphe Belmer, Directeur Général du Groupe : « *Les audiences 2022 confortent la capacité unique de rassemblement du groupe avec des performances spectaculaires dans tous nos piliers éditoriaux. Notre plateforme de streaming gratuit MYTF1 s'inscrit dans une excellente dynamique pour accompagner les téléspectateurs dans l'évolution de leurs usages. Plus que jamais en 2023, notre ambition est de continuer à rassembler tous les publics autour d'une offre événementielle et familiale gratuite, en poursuivant une politique éditoriale ambitieuse et en accélérant notre développement dans le streaming.* »

CHIFFRES CLES PAR CHAINES

TF1 : 1^{ère} chaîne privée d'Europe, large leader de la TV en France : 18,7% de PdA 4+, 22,8% sur les FRDA-50, 20,3% sur les 25-49 et 23,1% sur les 15-34 et 27% sur les 15-24ans

- Record depuis 2015 sur les FRDA15-49ans et depuis 2009 sur les 15-24ans
- Record d'audience historique de la télévision avec 24.1m tvsp pour la finale de la Coupe du Monde
- 77 des 100 meilleures audiences de l'année, + 7 places vs 2021
- 1^{ère} audience dans chaque genre de programmes
- Seule chaîne à fédérer + de 10 millions de tvsp
- **Décembre : mois record avec 21,1% de PdA 4+ (record depuis 2014), 25,9% sur les FRDA-50 (record depuis 2010), 25,2% sur les 25-49 (record depuis 2010), et 30,4% sur les 15-34 (record depuis 2007)**

Sport : Une Coupe du Monde historique, en hausse vs 2018, avec près de 55m tvsp

Record d'audience historique de la tv avec 24.1m tvsp pour la finale de la Coupe du Monde

- 8,7m tvsp en moyenne, et 16,2m en moyenne pour les matchs des Bleus
- 14,1m tvsp pour la remise de la coupe
- Jusqu'à 9,0m tvsp pour Le Mag
- Record pour Téléfoot en matinée : jusqu'à 1,7m tvsp, record depuis 7 ans
- Record sur MYTF1 : 30m de sessions live ; + de 50m de vidéos vues.

TF1 a également réalisé de très belles audiences avec l'Euro Féminin de foot, le meilleur Euro de l'histoire avec jusqu'à 6,2m tvsp pour la ½ Finale France-Allemagne le 31 juillet.

Information : l'offre d'information la plus suivie avec 45,2m tvsp devant les JT chaque mois ; une couverture large et diversifiée de La Présidentielle ; les magazines leader

1^{ère} audience info de l'année toutes chaînes confondues avec 8,7m tvsp pour la déclaration d'Emmanuel Macron (le 02/03)

Présidentielle : leader du débat d'entre deux tours avec 7,5m tvsp, leader des soirées spéciales du 1^{er} et du 2nd tour avec 7,3 et 7,2m de tvsp

1^{ère} audience pour un JT de 20H avec 7,3m tvsp pour l'édition spéciale d'Anne-Claire Coudray le 27/02

1^{ère} audience pour un JT de 13H avec 6,4m tvsp pour Audrey Crespo-Mara le 02/01

Les magazines d'information leader : jusqu'à 4,3m tvsp pour Reportages, jusqu'à 4,8m tvsp pour Sept à Huit.

Fiction Française : le phénomène HPI et la fresque historique Les Combattantes en tête ; un public très fidèle autour des deux feuilletons quotidiens

HPI : 1^{ère} audience de fiction toutes chaînes confondues : 10,9m tvsp

Les Combattantes : Jusqu'à 7m de tvsp (performance d'autant plus remarquable car période de coupure Canal), 6m de tvsp en moyenne, 26% de PdA 4+, 30% de PdA FRDA-50

Balthazar : La fiction rassemble jusqu'à 6,9 de tvsp et 6,4m en moyenne, 28% de PdA FRDA-50 et 29% sur les 15-24 ans

ITC & DNA rassemblent 3m tvsp en moyenne. Avec 21% de PdA FRDA-50 pour DNA, et 28% de PdA FRDA-50 pour ITC, les 2 cases sont leaders. Chaque semaine, les feuilletons sont suivis par près de 13m de tvsp.

Divertissement : une offre unique de soirées événementielles et de grandes franchises

1^{ère} audience de divertissement toutes chaînes confondues : 8,4m tvsp pour Les Enfoirés et 7,2m tvsp devant Miss France

La relance phénomène de Star Academy : des records sur l'ensemble des publics, en particulier sur les jeunes : le programme a été suivi par 44 millions de français et réalise un record pour un lancement de divertissement depuis 2012 sur les FRDA-50 (52%), les 25-49 (50%), les 4-14 (51%), les 15-24 (58%) et un record historique pour un lancement de divertissement sur les 15-34 (62%)

La Quotidienne s'octroie un record sur sa case depuis septembre 2009 à 40% de PdA sur les FRDA-50 et depuis 2007 sur les 15-34 à 45% de PdA

Excellentes performances sur cibles des franchises emblématiques :

Koh-Lanta : 38% sur les FRDA-50, 37% sur les 15-49 et 44% sur les 15-34 ans. La franchise détient le meilleur replay pour un flux toutes chaînes confondues à 1,21m de tvsp

The Voice : 32% de PdA FRDA-50, 28% sur les 25-49 et 35% sur 15-34

The Voice Kids signe sa meilleure saison FRDA-50 depuis 2016 (29%) et 15-34 depuis 2017 (29%). Le programme est très fort sur les enfants avec 31% sur les 4-14

DALS : 31% de PdA sur les FRDA-50, 26% sur 25-49 et 35% sur les 15-34

Mask Singer : jusqu'à 42% de PdA FRDA-50

Succès sur cibles pour les nouveautés : Star à domicile (32% FRDA-50 / 32% 15-34ans), **Stéréo Club** (30% FRDA-50 / 28% 15-34ans), **Une famille en or** (35% FRDA-50 / 40% 15-34ans) ou **Visual suspect** (28% FRDA-50 / 33% 15-34ans) ...

Sans oublier l'emblématique 12 coups de midi très large leader à 33% de PdA 4+. Le jeu réalise sa meilleure année historique sur les FRDA-50 à 25% et sur les 4-14 à 26%

Cinéma : Ciné Dimanche, le rdv cinéma incontournable

1^{ère} audience de cinéma toutes chaînes confondues : Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu avec 7,5m tvsp.

Les films français co-produit par TF1 réalisent les meilleures audiences de l'année : Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu, Raid Dingue, alibi.com, Rien à déclarer...

Les programmes Jeunesse signent un record historique

Avec une PdA de 36% en moyenne, **TFOU** réalise sa meilleure saison auprès des 4-10 ans soit un écart de +19 pts avec son principal concurrent.

LCI, année historique : 1.7% de PdA annuelle, +0.6 pt vs 2021 ; plus forte progression de la télévision : +42% d'audience vs 2021

- **Accélération de la dynamique d'audience en fin d'année à 2% de PdA (moy octobre-décembre) – 2^{ème} chaîne info en décembre.**
- La meilleure audience de l'année a été réalisée pendant la Présidentielle avec le débat Péresse-Zemmour qui a réuni plus de 1m tvsp.
- Depuis la rentrée, 1^{ère} chaîne d'information entre 18h et minuit avec : 24h Pujadas, Brunet & Cie en semaine, En toute franchise et Darius Rochebin le we.

- Année record pour La Matinale LCI semaine et week-end avec une rentrée à 3,9% de pda en semaine et 4,2% de pda le we

TMC, année record avec un leadership historique en TNT sur les publics clés avec 4,7% sur les 25-49 ans, les FRDA-50 et les 15-34, et 4,4% sur les ICSP+

- Record historique pour Quotidien, talk leader avec jusqu'à 2,5m tvsp, meilleure audience en TNT cette année, et comptabilise 63 places dans le TOP 100 TNT
- Succès pour la politique documentaire de la chaîne : jusqu'à 1,5m tvsp pour Canap 89, 1,3m tvsp pour La story Zelensky, 1,1m tvsp pour Désir, ce que veulent les femmes, 900 000 tvsp pour les Reportages de Martin Weil, 950 000 tvsp pour 21h Médias
- Les meilleures audiences cinéma de la TNT : Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu (1,8m tvsp) et Les Tuche 2 (1,4m tvsp)
- La meilleure audience pour un spectacle vivant sur la TNT avec Jérôme Commandeur toujours en douceur (1,1m tvsp)

TFX, stable à haut niveau confirme son 3^e rang en TNT : 3,4% de PdA sur les FRDA-50, 2,9% sur les 15-34

- Les Divertissements féminins exclusifs, piliers de la chaîne comme Cleaners qui rassemble 600 000 tvsp
- Le Cinéma très fédérateur : Moi moche et méchant à 1,1m de tvsp, record de la chaîne cette année

TF1 Séries Films : très performant sur les publics féminins et les jeunes à 2,4% de PdA sur les FRDA-50 et 2,1% sur les 15-34

- Du grand Cinéma, inédit ou en sagas : meilleure audience de l'année pour L'arme fatale 4 avec 1,1m tvsp et les séries culte toujours au top : Section de recherches jusqu'à 1m de tvsp

MYTF1 : Plateforme de streaming gratuit leader : 26m de catch-uppers mensuels, record à 29.6m en mai

- Plateforme de streaming gratuit leader : 26m de catch-uppers mensuels, record à 29.6m en mai
- 1 milliard d'heure de visionnage
- 2 mds de Vidéos Vues
- Record historique de connections « live » : Finale de la Coupe du Monde avec 3m de sessions
- 29/30 du top des replays ; 1^{ère} place avec HPI : +2.1m de tvsp additionnels

CONTACTS :

DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION ET DES MARQUES – Maylis CARCABAL - mcarcabal@tf1.fr – 06 63 59 87 05
DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION PROGRAMMES, BUSINESS & RSE - Sophie DANIS -sdanis@tf1.fr – 06 22 47 56 52