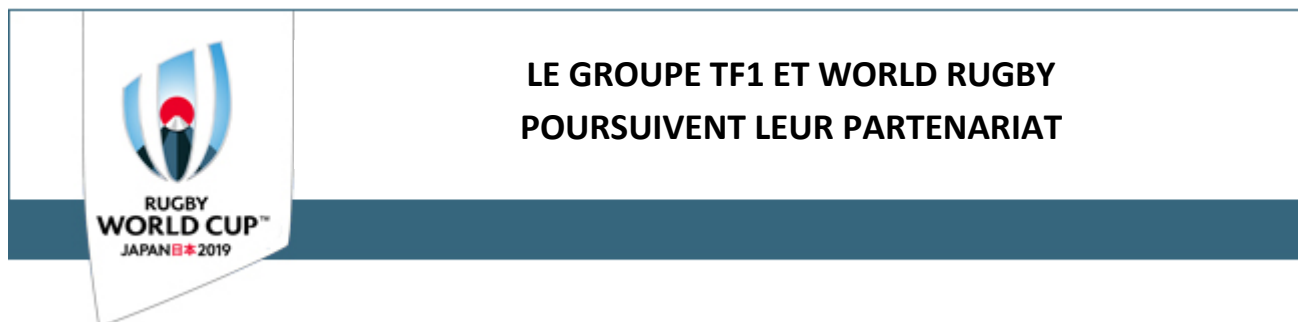




LE GROUPE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 29 mars 2018



Le Groupe TF1 annonce le renouvellement de son partenariat de longue date avec World Rugby pour la Coupe du Monde de rugby 2019 qui se déroulera au Japon du 20 septembre au 2 novembre 2019.

Les deux parties sont heureuses d'avoir conclu un accord équilibré, qui illustre la notoriété de cette compétition, événement majeur et incontournable.

La France est l'un des plus grands marchés de diffusion du rugby au monde, moteur de la croissance record enregistrée pendant la Coupe du Monde de Rugby 2015, avec une hausse du nombre de téléspectateurs en direct de 48 %, à 479 millions, et de 75 % en Europe.

Pour Brett Gosper, Directeur général de World Rugby : « *Rugby World Cup et TF1 ont noué depuis longtemps un partenariat fructueux, qui génère des records d'audience. Cet accord suscitera un élan en France, non seulement en 2019, mais aussi pour la Coupe du monde que le pays accueillera en 2023. Il aura également d'importantes retombées économiques sur le développement du rugby. La signature d'accords avec de grands diffuseurs en clair, passionnés de sport, est essentielle pour World Rugby, dont la mission est de rendre le rugby accessible à l'échelle mondiale. À chaque Coupe du monde de rugby, nous nous attachons à accroître le rayonnement et l'attrait de ce sport, par une stratégie de diffusion télévision et médias digitaux destinée à toucher, inspirer et conquérir de nouveaux téléspectateurs au sein des marchés du rugby existants et émergents.* »

L'audience moyenne de TF1 a atteint 8,8 millions de téléspectateurs, soit une part d'audience de 54 %, lors de la finale de la Coupe du Monde de Rugby IRB 2015, et 17,80 millions de téléspectateurs, soit une part d'audience exceptionnelle de 87 %, lors de la finale avec la France de 2011.

Pour Gilles Pélisson, Président-Directeur Général du Groupe TF1 : « *Nous sommes fiers et heureux d'offrir aux téléspectateurs français une couverture en clair de ce formidable événement. Le sport français est dans une très belle dynamique, après la victoire au Championnat du Monde des équipes de France de handball et, avec la prochaine Coupe du Monde de la FIFA 2018, TF1 est ravi d'étendre son portefeuille de droits à la Coupe du Monde de Rugby IRB 2019. Ce partenariat est le fruit de notre engagement à l'égard du rugby et de Rugby World Cup. Il montre notre capacité à proposer les meilleurs programmes et les plus grands événements. TF1 continue de tisser un lien fort entre les équipes nationales et le public français.* »

A propos du Groupe TF1 :

TF1 est un **groupe de communication intégré** dont la vocation est **d'informer et de divertir**. Il propose des contenus et une offre adaptés à tous les supports.

TF1 est le groupe **audiovisuel privé leader de la télévision en clair en France**. Il édite cinq **chaînes en clair** complémentaires (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI), qui réalisent une part d'audience cumulée de 32,3 % en 2017 sur la cible des Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

Ce positionnement est renforcé par l'adaptation permanente du Groupe aux nouveaux modes de consommation de contenus. Il développe ainsi une déclinaison digitale puissante de ses antennes et propose des **contenus digitaux** exclusifs et offres de vidéo à la demande afin de toucher tous les publics sur l'ensemble des plateformes.

La prise de participation majoritaire dans MinuteBuzz ou encore la création de Studio71 France, en partenariat avec ProSieben Sat.1, ont pour objectif de toucher la cible des *Millennials*.

Enfin, le groupe TF1 a trouvé, en début d'année, un accord avec le groupe Axel Springer pour l'acquisition du groupe aufeminin (2), acteur digital proposant une offre éditoriale et communautaire qui couvre principalement la mode, la beauté et la cuisine, lui permettant d'accélérer sa transformation digitale. Avec aufeminin, le groupe TF1 sera en mesure de proposer des solutions innovantes pour les marques reposant sur la notoriété, l'affinité et l'influence.

Le Groupe édite également des **chaînes thématiques** qui répondent aux attentes spécifiques des téléspectateurs : TV Breizh, Histoire, Ushuaïa et Serieclub.

La **régie publicitaire** de TF1 propose aux annonceurs d'allier à la large audience de ses chaînes de télévision les bénéfices du média numérique personnel. Elle commercialise également les espaces publicitaires des Indés Radios et de nombreux sites Internet.

En lien avec son cœur de métier, le groupe TF1 est également présent dans la **production et la distribution de contenus** relatifs à ses propres antennes. La prise de participation majoritaire dans Newen a, quant à elle, pour principal objectif d'accélérer le déploiement de la production et de la distribution au niveau international.

Le groupe TF1 a enfin créé une large palette d'**activités complémentaires** telles que le télé-achat, les licences, les jeux de société, la production musicale et de spectacles, etc.

En tant que média, TF1 est conscient de ses responsabilités et s'engage dans un dialogue de qualité avec l'ensemble de ses parties prenantes, dans un souci de transparence et d'amélioration continue de ses pratiques. Cette année, le groupe TF1 a lancé **TF1 Initiatives**, marque qui regroupe l'ensemble de ses actions autour de trois piliers : la solidarité, la diversité et la société durable.

(1) Médiamétrie – Cible : Femmes de moins de 50 ans Responsables des Achats.

(2) La réalisation de cette opération reste soumise à l'obtention d'autorisations réglementaires en France et en Autriche.

À propos de Rugby World Cup :

La Coupe du monde de rugby 2019 au Japon sera la neuvième édition de cette compétition mondiale de rugby et la première en Asie. Les vingt plus grandes équipes nationales de rugby disputeront 48 matchs répartis sur 12 villes, dans l'espoir de soulever la célèbre coupe Webb Ellis et de décrocher le titre de championne du monde. Rugby World Cup est le moteur financier du rugby. Elle génère environ 90 % du chiffre d'affaires de World Rugby destiné au réinvestissement dans le rugby mondial sur un cycle de quatre ans. Le succès record de la Coupe du monde 2015 en Angleterre permettra à World Rugby d'investir 245,8 millions GBP dans ce sport d'ici 2020, soit une hausse de 22 % par rapport aux 201 millions GBP investis sur le cycle 2013-16. Retrouvez les dernières actualités sur www.rugbyworldcup.com et via [@rugbyworldcup](https://twitter.com/rugbyworldcup) sur Twitter, Facebook et Instagram.

CONTACTS GROUPE TF1

Virginie DUVAL – vduval@tf1.fr – 01 41 41 29 59

Steve GROSSO – sgrosso@tf1.fr – 01 41 41 40 83

@GroupeTF1

