

[04.04.22] COMMUNIQUÉ DE PRESSE

AUDIENCES MARS 2022 : LE GROUPE, LARGE LEADER ET EN FORTE HAUSSE SUR LES PUBLICS JEUNES RECORD HISTORIQUE POUR LCI 56 M DE TVSP DEVANT LES CHAINES DU GROUPE



Le Groupe réalise un excellent mois de mars sur les publics de – de 50 ans et continue sa progression sur les publics jeunes : 33,6% FRDA-50 (+0.7pt vs février), 30,5% 25-49 (+1.2 pt vs février), 33% 15-24 (+1.7pt vs février), 34,1% 15-34 (+1.9pt vs février).

L'information du groupe TF1 crée l'évènement et signe des records d'audience.

- TF1 : progression sur l'ensemble des publics sur un mois : 18.6% sur les 4+ (+0.2 pt)
- LCI : record historique à 1.8% de PdA 4+
- TMC : mois de mars historique sur les principales cibles notamment les 25-49 (5.1% de PdA) et les I CSP+ à 4.7%
- TFX : à très hauts niveaux sur son cœur de cible : 3.4% de PdA sur FRDA-50
- TF1 Séries Films : meilleur début d'année historique sur son cœur de cible et signe un mois de mars record avec 2.6% de PdA Frda-50

L'INFO DU GROUPE TF1 CRÉE L'ÉVÈNEMENT

TF1

Les rendez-vous d'info confirment leur leadership, suivis chaque semaine par 39 millions de français.

- 9 des 25 premières audiences du mois de mars
- Les rendez-vous de la Présidentielle **Partie de campagne l'invité.e, Carnets de campagne et Mes 100 premiers jours 10 minutes pour convaincre** – jusqu'à 6.6 millions de téléspectateurs le dimanche 6 mars
- Succès du **Face-à-face Valérie Pécresse/Eric Zemmour** du jeudi 10 mars à 5.1 millions de téléspectateurs avec un dispositif inédit au sein du groupe TF1 : l'émission a touché sur TF1 et LCI plus de 10.4m de téléspectateurs
- **Meilleure audience pour un prime time politique** depuis le lancement de la campagne Présidentielle 2022 avec **La France face à la guerre** le lundi 14 mars à **4.2 millions** de téléspectateurs

- 2^{ème} place du Top audience du mois pour la déclaration du Président de la République le mercredi 2 mars à 8.7 millions de téléspectateurs
- 20h de TF1 : meilleur mois de mars depuis 2014 pour le 20H de TF1 à 25.8% et toujours un large leadership à 5.8 millions de téléspectateurs (+1.0m vs challenger) - *Hors période Covid (mars 2021 et 2020)*,
- 13h de TF1 : Jusqu'à 45% de PdA pour le 13H Hommage à Jean-Pierre Pernaut le jeudi 03 mars et toujours un large leadership à 4.7 millions de téléspectateurs sur le mois (+2.1m vs challenger)

LCI

Record historique chaîne a 1.8% de PdA 4+

- Record historique pour une émission : **Face-à-face** Valerie Pécresse-Eric Zemmour du jeudi 10 mars avec 1.1 million de téléspectateurs
- Large succès pour le « **Week-end pour convaincre** », classant LCI 2^e chaîne info tout le week-end (2.1% de PdA le samedi et 1.8% le dimanche) et 1^{ère} chaîne info sur la diffusion du meeting d'Emmanuel Macron avec 600 000 tvsp (5.7% de PdA) de 16h30 à 18h
- Record mensuel historique pour les access de LCI (**24h Pujadas** à 3.1% et **En toute franchise** à 2.7%) et les 2^{ème} PS (**Brunet&Compagnie** à 1.7% et 22h **Darius Rochebin** à 1.4%) avec une 2^{ème} place des chaînes d'info
- Record mensuel historique pour **LCI MIDI** (1.4%) et **LE CLUB LE CHATELIER** (2.4%) de semaine

TMC

QUOTIDIEN confirme son début d'année historique :

- Talk-show n°1 à **1.7 million** de téléspectateurs chaque soir et des pics à **2 millions**.
- Des PdA très élevées à 16% sur les 25-49 ans et I.CSP+

De grands Primes événements :

- **LA STORY ZELENSKY** : à **1.3 million** de téléspectateurs et **2^{ème} meilleure PdA historique 25-49** pour un documentaire en TNT (à 11%)
- **DÉSIR : CE QUE VEULENT LES FEMMES** : à **1.1 million** de téléspectateurs et **PdA record historique FRDA-50** pour un documentaire en TNT (à 11%)

DES SUCCÈS DANS TOUS LES GENRES DE PROGRAMMES SUR TF1

LE NOUVEAU SPECTACLE DES ENFOIRES, TOUJOURS UN EVENEMENT

- 8.4 millions et en moyenne 38% de PdA 4+ et 52% PdA FRDA-50

RECORD D'AUDIENCE POUR CINE DIMANCHE AVEC QU'EST-CE QU'ON A ENCORE FAIT AU BON DIEU ?

- 7.8 millions téléspectateurs et 43% de PdA sur les Frda-50 – Meilleur score depuis décembre 2018

GREY'S ANATOMY CONFIRME SES TRES BONS NIVEAUX FRDA

- En moyenne à 30% de PdA

LE RETOUR ELEVE DE BALTHAZAR

- Jusqu'à 6.9 millions et en moyenne 29% de PdA 4+ et 28% FRDA-50
- Record de catch-up pour un épisode pour la marque avec +1.1m de téléspectateurs à J+7

LES GRANDES MARQUES DE DIVERTISSEMENT TOUJOURS FEDERATRICES

- **KOH-LANTA** jusqu'à 5.2 millions et 40% FRDA-50 en moyenne
- **THE VOICE** jusqu'à 5.1 millions et 31% FRDA-50 en moyenne
- **MASK SINGER** à 3.6 millions et 38% FRDA-50, 46% sur les 15-24ans et 53% sur les 4-14ans pour son grand retour

DES FLUX TOUJOURS TRES SUIVIS PAR LES CIBLES JEUNES

- Le document **HARRY POTTER** à 35% de PdA FRDA-50, 37% sur les 15-24ans, et 47% sur les 4-14ans
- LA NOUVEAUTE **WELCOME BACK** à 34% de PdA sur les FRDA-50 pour son lancement, 36% sur les 15-24ans

29 M DE TELESPECTATEURS DEVANT LES DEUX FEUILLETONS QUOTIDIENS

- **ICI TOUT COMMENCE** à 27% de PdA FRDA-50 en moyenne, 30% sur les 15-24ans
- **DEMAIN NOUS APPARTIENT** à 19% FRDA-50 en moyenne, 25% sur les 15-24ans

CONTACTS GROUPE TF1

Maylis Carçabal – Directrice de la Communication & des Marques
mcarcabal@tf1.fr – 0663598705

Sophie Danis – Directrice de la Communication Programmes, Business & RSE
sdanis@tf1.fr - 0622475652