



Le 4 janvier 2010

**FRANCE TELEVISIONS TIENT SON CAP ET PREND DES RISQUES AVEC UNE OFFRE DE QUALITE, DIVERSIFIEE ET AUDACIEUSE**

Dans un contexte de plus en plus concurrentiel (Autres TV en progression de 17.7% à 27.9% de PdA), et face à une offre des chaînes privées s'appuyant souvent sur des fictions Nord-Américaines ou des programmes de télé-réalité, France Télévisions a su, en 2009, maintenir son périmètre d'audience avec une offre diversifiée, basée sur la création, les prises de risques et de nombreux directs.

Le groupe France Télévisions recueille une part d'audience de **32.7%** sur l'année 2009: avec **16.7%** de part d'audience pour France 2, **11.8%** pour France 3, **1,1%** pour France 4 et **3,1%** pour France 5\*.

**France 2**, avec **16,7%** de part d'audience reste globalement stable et effectue notamment une très belle rentrée, affichant même aux mois de novembre et décembre des résultats supérieurs à ceux de 2008.

Entre septembre et décembre 2009 France 2 est une des seules chaînes à résister à la progression des Autres TV parvenant à stabiliser sa part d'audience au niveau de 2008 et à rajeunir son public.

La chaîne peut notamment s'appuyer sur un **fond de grille particulièrement solide**.

**En journée, France 2 est la seule chaîne à progresser par rapport à 2008.**

France 2 est largement leader de 07h à 12h rassemblant près d'un téléspectateur sur 3 (grâce à ses marques fortes : **Télématin**, **C'est au Programme**, **Motus** et **Les Z'amours**). Le jeu **Tout le monde veut prendre sa place** continue son ascension à 12h totalisant 27% de PdA, en hausse de 17% en 1 an. En access prime time, le nouveau jeu **En toutes lettres** s'installe à 18h et obtient les meilleurs scores de la case depuis 2 ans. A 19h, **N'oubliez pas les paroles** est en hausse de près de 30% par rapport à la case à la rentrée 2008.

Enfin, le succès des **éditions d'information** ne se dément pas : à **13h** le JT de la chaîne est en progression avec 19% de PdA (+0.5 point). A **20h**, l'écart avec le leader se réduit encore et le JT obtient 20.6% de PdA. A noter également le succès de **13h15 le samedi** et **13h15 le dimanche** (19% de PdA en moyenne).

**En première partie de soirée, France 2 rassemble en moyenne tous les soirs près de 4.2 millions de téléspectateurs**, affichant une légère progression par rapport à 2008. Depuis septembre, la chaîne s'est placée à 15 reprises leader en prime time (contre 10 fois en 2008).

Dans tous les genres de programmes la chaîne a su remporter l'adhésion du public et créer l'évènement : Documentaire avec **Apocalypse** (6.5 millions de téléspectateurs en moyenne) ou **Rendez vous en terre inconnue**, devenu incontournable (plus de 5 millions de téléspectateurs à chaque numéro). Rappelons également qu'en juin **Home** a été suivi par plus de 8.3 millions de téléspectateurs.

Fiction : **Jusqu'à l'enfer** avec Bruno Solo (6 millions de téléspectateurs), **Mourir d'aimer** avec Muriel Robin (5.5 millions de téléspectateurs) ou **L'homme à l'envers** avec Jean-Hughes Anglade (5.1 millions).

Divertissement : 5.7 millions de téléspectateurs ont suivi **Roumanoff c'est rigolo** ou **L'aventure inattendue** et toujours près de 5 millions de téléspectateurs pour **le Plus grand cabaret du monde**, leader le 31 décembre avec 34,4% du public.

Information : jusqu'à 5 millions de téléspectateurs pour **Envoyé Spécial** diffusé tous les jeudis.

Sport : près de 7 millions de téléspectateurs ont suivi le match de **Rugby** France-Nouvelle Zélande.

**France 3** avec 11,8% de pda, **conforte sa place de troisième chaîne du paysage audiovisuel**.

Ce résultat s'appuie sur la **bonne santé des marques phares de la chaîne, des prises de risques payantes et l'installation de nouveaux rendez-vous**.

Des magazines emblématiques : **Des racines et des ailes** (plus de 3.6 millions de téléspectateurs en moyenne et 14.4% de PdA et des pointes à 4,3 ou 4,5 millions de téléspectateurs pour, respectivement, la spéciale Venise le 29 avril et la Tour Eiffel le 7 octobre), **Ce soir (ou jamais !)** bénéficie d'une meilleure fluidité avec le Soir 3 et, forte de débats créant l'événement, *Ce soir (ou jamais !)* voit son audience progresser de plus de 50% en fin d'année. Sur novembre-décembre 2009, le magazine réunit en moyenne 700 000 personnes, gagnant plus de 200 000 téléspectateurs par rapport à la saison 2008/09, et atteint ainsi son meilleur niveau d'audience depuis sa création.

L'information toujours appréciée : **Le 19-20** réalise plus de 20% de PdA et fédère 3.5 millions de téléspectateurs en moyenne devant ses éditions régionales et nationale.

A noter les belles performances en fin d'année pour le 19-20, avec près de 4 millions de téléspectateurs et 21.4% de pda en moyenne (du 21/12 au 01/01).

De très belles réussites sur les fictions – qui, en prime, placent **France 3, 20 fois en seconde position et deux fois en 1ère position des chaînes** (avec Louis la Brocante et Village français):

**Plus belle la vie** (plus de 5 millions de fidèles et 21.6% de PdA en moyenne), passant ainsi brillamment le cap de l'installation à 20h10. Les deux spéciales en première partie de soirée, les 16 juin et 15 décembre, attirent plus de 5.5 millions de téléspectateurs et réalisent en moyenne 21.2% de PdA. **Louis La Brocante** : les épisodes inédits de la série avec Victor Lanoux fédèrent près de 5 millions de téléspectateurs (19.6% de PdA). **Un Village français** : avec 4.1 millions de téléspectateurs en moyenne pour 15.6% de PdA, la saison 2 du *Village français* s'inscrit bien au-dessus de la moyenne de la fiction de France 3. La série en 12 épisodes **Enquêtes réservées** affiche un très bon bilan en rassemblant plus de 2.5 millions de téléspectateurs pour 15.4% de PdA

Un nouveau rendez-vous documentaire hebdomadaire qui, traitant de sujets ambitieux, s'installe : **Hors-série**, le lundi à 20h35 (*Le Mystère des jumeaux, La Mise à mort du travail, L'Adoption, L'Affaire Courjault*) a su rassembler plus de 2.8 millions de téléspectateurs en moyenne.

Des nouveaux jeux et divertissement qui trouvent leur place : Le jeu **Slam** s'inscrit en hausse depuis son démarrage et fait progresser la case avec plus de 800 000 téléspectateurs en moyenne sur le mois de décembre (vs 500 000 sur septembre) et 10% de PdA (vs 7% à ses débuts). **Chabada** : audience en hausse également pour le divertissement présenté par Daniela Lumbroso qui attire désormais près de 1.2 million de téléspectateurs chaque dimanche, soit plus de 400 000 personnes de plus par rapport au score de l'émission lors de son démarrage.

Durant toute l'année 2009, **France 3 a conforté avec succès son identité de chaîne de la proximité en multipliant les prises d'antenne événementielles en régions** pour faire vivre aux téléspectateurs les grands événements qui les touchent de près (Commémorations, événements culturels, sociétaux, politiques, sportifs...) :

- **500 événements ont fait l'objet d'émissions spéciales sur les antennes régionales de janvier à décembre 2009**, au cœur des grands rendez-vous de la vie locale. Le 70<sup>ème</sup> anniversaire de l'évacuation de l'Alsace a réalisé le meilleur score des prises d'antenne événementielles depuis septembre avec 21.2% de PdA. En Normandie et Ile-de-France, le spectacle de Bartabas à l'abbatiale Saint-Ouen de Rouen a enregistré 11.6% de PdA (vs 4.4 en moyenne nationale). En Limousin Poitou-Charentes, les *15ème Gastronomades 2009* ont atteint le joli score de 15.3% de PdA. Le magazine *Tarnac, un an après* a enregistré, quant à lui, 13.7% de PdA. En Bretagne, la *Spéciale Jeanne d'Arc* a réalisé 15% de PdA, soit un score nettement supérieur à la moyenne nationale (6.8%).

En Bourgogne Franche-Comté, la Journée spéciale du Cheval en direct des Haras de Cluny a enregistré 14% de PdA. Dans le Nord Pas-de-Calais, l'émission spéciale Braderie de Lille a atteint 12.1% de PdA.

- La chaîne a par ailleurs réalisé une **grande première à la rentrée en installant ses rendez-vous phares dans une grande capitale régionale**. Cette opération, première du genre, a réalisé une moyenne de 16.4% de PdA sur la région Méditerranée, soit un score nettement supérieur à la moyenne nationale (+ 5.4 points). Prochaine étape : Lyon les 20 et 21 janvier 2010.

**Sur l'année 2009, France 4 atteint son meilleur niveau avec 1,1% de PdA.**

**La chaîne termine l'année 2009 avec un record d'audience à 1,3% de PdA en décembre** et affiche une **progression de près de 20% en un an**. France 4 séduit toujours autant le jeune public, son cœur de cible, puisque **près d' 1/3 de son public est composé de 15/34 ans**. Elle contribue ainsi à hauteur de **8% à l'audience de France Télévisions sur cette cible**.

**En 2009, France 4 est à son plus haut niveau en soirée avec de nouveaux records d'audience et une offre de programmes toujours aussi variée:**

Cinéma : **Le pôle express**, un record d'audience pour un film diffusé sur France 4, avec 1 030 000 téléspectateurs, ou encore **Un indien dans la ville** avec 942 000 téléspectateurs.

Spectacles : Les incontournables **Shirley et Dino** (738 000 téléspectateurs), **Panique au ministère** avec Amanda Lear (644 000 téléspectateurs) ou encore **Les chevaliers du Fiel** (510 000 téléspectateurs).  
Divertissements : Plus de 600 000 téléspectateurs pour **On va s'gêner les 10 ans** avec Laurent Ruquier  
Documentaires : **A l'école des pilotes de chasse** (documentaire produit spécifiquement pour la chaîne), un record d'audience pour la case documentaire de France 4, avec 665 000 téléspectateurs ou encore **A l'école des bérêts verts** avec 615 000 téléspectateurs.

Sport : 620 000 téléspectateurs ont suivi **la finale de la Challenge cup** (Northampton/ Bourgoin), meilleur score en 2009. **A noter que France 4 est le 2<sup>ème</sup> diffuseur national gratuit de sport derrière France 2, avec plus de 250 heures diffusées en 2009 !\*\***

\*\* Tranche 4h-25h

**Demain, mardi 5 janvier à 9h00, les résultats d'audience quotidiens de France 4 seront publiés dans le médiamat national.**

**France 5 avec 3,1% de part d'audience, progresse sur l'année 2009 ! Avec 3,2 % de part d'audience en novembre et 3,3 % en décembre, la chaîne a fêté ses 15 ans en beauté !**

La chaîne maintient son audience en journée grâce à ses rendez-vous phares comme Le magazine de la santé, C à dire, C dans l'air... et ses documentaires d'après-midi notamment.

A partir de 19h, en numérique, la chaîne rencontre désormais de francs succès :

- **C à vous**, le magazine quotidien en direct présenté par Alessandra Sublet et son équipe de chroniqueurs du lundi au vendredi n'a cessé de progresser depuis son lancement en septembre 2009. Le magazine enregistre une moyenne de 318 000 téléspectateurs (contre 151 000 sur la même case et la même période en 2008) et atteint 600 000 téléspectateurs les 30 novembre (Invité Pierre Perret) et 21 décembre (Invité : Edouard Baer).

**A noté que la moyenne mensuelle de l'émission passe de 185 000 téléspectateurs en septembre à 451 000 téléspectateurs en décembre 2009.**

- Les documentaires des mardi et dimanche soirs sont en forte progression avec des records respectifs à 817 000 téléspectateurs (**Les Francs maçons et le pouvoir** – 06/10) et 855 000 téléspectateurs (**Thoiry, un zoo pas comme les autres** – 08/11)

- Le nouveau rendez-vous fiction du lundi rassemble en moyenne 375 000 téléspectateurs (105 000 de plus que sur la même période en 2008)

- Tandis que les magazines du mercredi et du samedi soirs ne sont pas en reste avec des records pour Question Maison à 812 000 téléspectateurs (16 décembre 2009) et Echappées belles à 767 000 téléspectateurs (26 décembre 2009).

**France 5 s'impose désormais dans le paysage audiovisuel comme une chaîne incontournable que le téléspectateur plébiscite chaque jour, chaque soir du lundi au dimanche !**

**C'est pourquoi dès demain, mardi 5 janvier à 9h00, les résultats d'audience quotidiens sur la totalité de la journée et de la soirée de France 5 seront publiés dans le médiamat national.**

**RFO** bénéficiera d'une communication spécifique le 7 janvier 2010.

## LE GROUPE FRANCE TELEVISIONS, UN VERITABLE MEDIA GLOBAL

En 2009, les sites Internet du groupe France Télévisions (france2.fr, france3.fr, france4.fr, france5.fr et rfo.fr) ont vu leur fréquentation augmenter et enregistrent d'excellents résultats avec **en moyenne chaque mois 32.3 millions de visites** (+ 28.4 % vs 2008), près de **343 millions de pages vues** (+ 35 % vs 2008) et **14 millions de vidéos vues** (+ 17 % vs 2008).

Sur les dix premiers mois de 2009, les 5 sites rassemblent en moyenne chaque mois **21 % de la population internautes française** (contre 19.4 % en 2008) ce qui correspond à **7.275.400 visiteurs uniques en moyenne par mois**, (+ 29 % vs la même période en 2008).

*\* Les chiffres du panel Médiamétrie de novembre et décembre 2009 ne sont pas encore publiés.*

En janvier 2009, grâce au double succès enregistré par les couvertures web du Dakar et du Vendée Globe, un **record d'audience de 36.7 millions de visites** (+ 65 % vs 2008) a été battu.

Les sites Internet du groupe ont également profité du très beau succès remporté par le site dédié à Roland Garros pour établir en mai **un record d'audience de plus de 401 millions de pages vues** et en juin un nombre **record de leur couverture mensuelle avec 8.311.000 internautes**, attirant ainsi **23.9 % de la population internautes française**.

Ces très belles performances tiennent évidemment à la très grande richesse et qualité des contenus de programmes proposés par France Télévisions aux internautes et à l'offre importante de TV de rattrapage et de vidéos gratuites de plus en plus plébiscitée par le public, notamment en octobre dernier où un nombre **record de 20.8 millions de vidéos consultées** a été atteint (+ 87 % vs 2008).

Sources : Médiamétrie / Nielsen Net-ratings - Individus 2 ans et plus, domicile + travail - Cyber E-stats & OpenAdStream

Les performances d'*Apocalypse* sont la plus belle illustration de la diversification à France Télévisions :

- 500 000 DVD vendus (chiffre record pour un documentaire),
  - la vente du programme à l'international sur plus de 180 territoires,
  - 10 000 épisodes achetés sur le site internet dédié, 500 000 visites et 3 millions de pages vues
- Et, faut-il le rappeler plus de 6,5 millions de téléspectateurs au rendez-vous de sa diffusion sur France 2.

### Le mariage de la qualité et de l'audience...

#### - Top 5 en termes d'audiences pour chaque chaîne

##### France 2 :

- 1- Home (vendredi 05 juin 2009) : 8,3 millions de téléspectateurs et 33% de PdA
- 2- Apocalypse (dernier épisode du 22 septembre 2009) : 7,9 millions de téléspectateurs et 31% de PdA
- 3 - FBI portés disparus (épisode du 02 février 2009) : 7,4 millions de téléspectateurs et 26.7% de PdA
- 4 - 20 heures le Journal (dimanche 04 janvier 2009) : 6,8 millions de téléspectateurs et 24.2% de PdA
- 5 - Cold case (épisode du 14 décembre 2009) : 6,7 millions de téléspectateurs et 24.5% de PdA.

##### France 3 :

- 1- Plus belle la vie\* (épisode du 29 décembre 2008) : 6,5 millions de téléspectateurs et 24,6% de PdA
- 2- Concours Eurovision de la chanson (samedi 16 mai 2009) : 5,7 millions de téléspectateurs et 32,3% de PdA
- 3- Un village français \* (épisode du 4 juin 2009) : 5,6 millions de téléspectateurs et 23,4% de PdA
- 4- Tennis, internationaux de Roland Garros (27 mai 2009) : 5,5 millions de téléspectateurs et 22,8 % de PdA
- 5- Je vais bien ne t'en fais pas (28 avril 2009) 5,3 millions de téléspectateurs et 20,2% de PdA

##### France 4 :

Le film Le Pôle Express (21 décembre 2009) : 1 million de téléspectateurs avec un pic de 1,2 million.  
Le film Un indien dans la ville (3 décembre 2009) : 942 000 téléspectateurs avec un pic de 1,4 million.  
La série FBI Portés Disparus (épisode du 7 novembre 2009) : 925 000 téléspectateurs avec un pic de 1 million.

Le spectacle Shirley et Dino (4 décembre 2009) : 738 000 téléspectateurs avec un pic de 948 000.

Le documentaire A l'école des pilotes de chasse (28 décembre 2009) 655 000 téléspectateurs avec un pic de 795 000.

#### France 5 :

1- D-Day, leur jour le plus long (documentaire lundi 1er juin à 20h35) 891 000 téléspectateurs  
2- Thoiry, un zoo pas comme les autres (documentaire dimanche 8 novembre à 20h 35) 855 000 téléspectateurs

3- Allô docteurs / Spéciale Grippe (magazine mardi 1er décembre à 20h 35) 834 000 téléspectateurs

4- Les francs-maçons et le pouvoir (documentaire mardi 6 octobre à 20h 35) 817 000 téléspectateurs

5- Question Maison (magazine mercredi 16 décembre à 20h 35) 812 000 téléspectateurs

(Initialisés France 5 sur 24h)

- **La qualité et la diversité des programmes des prime de France 2 et France 3 plébiscitées par les téléspectateurs – top 5 par chaîne du baromètre qualitatif** (source Harris interactive)

#### France 2

Satisfaction Sur 10

Rendez-vous en terre inconnue avec Gilbert Montagné	9,1
Apocalypse la deuxième guerre mondiale	8,8
L'Abolition \ 2 <sup>ème</sup> partie	8,8
La Traviata en direct des Chorégies d'Orange	8,8
La liste de Schindler	8,8

#### France 3

Hors série : Adopte-moi \ épisode 1	9,0
En direct des Chorégies d'Orange avec Roberto Alagna : Cavalleria Rusticana	8,8
Pièces à conviction \ Uranium le scandale de la France contaminée	8,7
Des Racines et des Ailes \ Passion provence	8,6
Danse avec les loups	8,6

**L'ensemble de ces performances encourage le groupe public à poursuivre sa stratégie : soutenir la création, la culture, la découverte, l'information et sur le sport sur toutes ses antennes en proposant une télévision différente, généreuse, événementielle et innovante.**

\*Source Médiamat-Médiamétrie / Individus 4 ans et +

Contact : Aurélie Ferton, attachée de presse - 01.56.22.67.15 - [aurelie.ferton@francetv.fr](mailto:aurelie.ferton@francetv.fr)