

Audiences 2023¹ : écart resserré entre France Télévisions et TF1 ; BFM TV et RMC Découverte font reculer Altice

Les écarts se sont resserrés en 2023 entre les différents groupes de la TNT. France Télévisions conserve la première position sur l'ensemble du public au global de ses quatre antennes, les bonnes performances de France 2 (+0,5 point, à 15,4 %) parvenant presque à compenser les reculs de France 3 (-0,4 point, 9,1 %), de France 5 (-0,1 point, à 3,5 %) et de France Info (-0,1 point, à 0,8 %). Mais le groupe public ne devance plus TF1 que de 1,6 point, au lieu de 2,2 points en 2022. Porté par LCI (+0,4 point, à 2,1 %) et, plus modérément, par TMC (+0,1 point, à 3,1 %), le groupe TF1 gagne 0,5 point et totalise 27,2 % de part d'audience. TF1 (18,8 %), TF1 Séries Films (1,7 %) et TFX (1,5 %) sont restées stables. A l'inverse, la plus forte baisse de l'année 2023 concerne Altice (-0,5 point, à 6,7 %) : recul de 0,3 point pour BFM TV (3,1 %) et de 0,2 point pour RMC Découverte (1,7 %). RMC Story est stable à 1,9 %.

Evolution des parts d'audience groupe sur l'ensemble du public, et du Top 5 des chaînes de la TNT

Part d'audience par groupes sur l'ensemble de la journée*			
4 ans et+	2022	2023	Ecart (pts)
Groupe TF1	26,7%	27,2%	0,5
Groupe FTV	28,9%	28,8%	- 0,1
Groupe M6	13,5%	13,2%	- 0,3
Groupe Canal+	6,9%	7,5%	0,6
Groupe NRJ	2,4%	2,3%	- 0,1
Groupe Altice	7,2%	6,7%	- 0,5
ARTE	2,8%	2,8%	-
L'Equipe	1,5%	1,7%	0,2
Autres	10,1%	9,8%	- 0,3

* hors France 4, LCP et Public Sénat

Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

Parts d'audience du Top 5 des chaînes de la TNT			
2022		4 ans et+ 2023	
TF1	18,8%	TF1	18,8%
France 2	14,9%	France 2	15,4%
France 3	9,5%	France 3	9,1%
M6	8,3%	M6	8,2%
France 5	3,6%	France 5	3,5%

Cible commerciale : la chaîne TF1 gagne 0,7 point ; le groupe TF1 renforce son leadership (34,3%, +0,5 point)

Sur la cible commerciale FRDA 15-49, la chaîne TF1 réalise la meilleure progression de la TNT, avec +0,7 point (23,5 %), tirant ainsi la performance d'ensemble du groupe éponyme (+0,5 point, à 34,3 %). Les résultats sont stables pour TFX (3,4 %) et LCI (0,4 %), et TF1 Séries Films grappille 0,1 point (2,5 %). En revanche, TMC abandonne 0,3 point, à 4,5 %.

Deuxième groupe le plus puissant sur la cible commerciale, le groupe M6 abandonne 0,3 point, à 22 %. W9 et Gulli sont chacun en progrès de 0,1 point, à 3,6 % et 2 %, 6ter est stable à 2,8 %, mais la chaîne M6 recule de 0,5 point, à 13,6 %.

La perte est de 0,4 point pour France Télévisions, à 14,3 %. Les 0,2 point gagné par France 2 (9,3 %) et France 5 (1,8 %) ne compensent pas les 0,1 point abandonné par France Info (0,4 %) ni surtout les 0,7 point perdu par France 3 (2,8 %).

Evolution des parts d'audience groupe sur le public FRDA 15-49, et du Top5 des chaînes de la TNT

Part d'audience par groupes sur l'ensemble de la journée*			
FRDA1549	2022	2023	Ecart (pts)
Groupe TF1	33,8%	34,3%	0,5
Groupe FTV	14,7%	14,3%	- 0,4
Groupe M6	22,3%	22,0%	- 0,3
Groupe Canal+	6,2%	6,2%	-
Groupe NRJ	3,0%	3,1%	0,1
Groupe Altice	6,4%	6,4%	-
ARTE	1,0%	1,0%	-
L'Equipe	1,0%	1,1%	0,1
Autres	11,6%	11,6%	-

* hors France 4, LCP et Public Sénat

Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

Parts d'audience du Top 5 des chaînes de la TNT			
2022		FRDA1549 2023	
TF1	22,8%	TF1	23,5%
M6	14,1%	M6	13,6%
France 2	9,1%	France 2	9,3%
TMC	4,8%	TMC	4,5%
France 3	3,5%	W9	3,6%

Jeunes adultes : TF1 réussit la meilleure performance (+0,8 point de PDA)

Sur la cible des 15/34 ans, TF1 signe la meilleure progression parmi l'ensemble des chaînes de la TNT, avec un gain de 0,8 point (23,8 %), alors que CStar (2,1%) et RMC Story (1,5%), toutes deux avec +0,4 point, complètent le trio des meilleurs performers de l'année.

¹ Du 2 janvier au 10 décembre 2023 et du 3 janvier au 11 décembre 2022, soit sur 343 jours pour chaque exercice

A l'autre extrémité, TMC (-0,6 point, 4,2%), France 3 (-0,5 point, 3%), et, toutes les trois à -0,3 point, M6 (13,9%) C8 (2,6%) et BFM TV (2,8%) ont connu l'exercice le plus difficile.

Evolution des parts d'audience groupe sur le public 15/34 ans, et du Top 5 des chaînes de la TNT				
Part d'audience par groupes sur l'ensemble de la journée*				
15/34 ans	2022	2023	Ecart (pts)	
Groupe TF1	33,4%	33,4%	-	0,0
Groupe FTV	15,8%	15,2%	-	0,6
Groupe M6	21,8%	21,6%	-	0,2
Groupe Canal+	6,8%	7,0%		0,2
Groupe NRJ	2,3%	2,5%		0,2
Groupe Altice	5,8%	6,1%		0,3
ARTE	1,0%	1,1%		0,1
L'Equipe	1,8%	2,1%		0,3
Autres	11,3%	11,0%	-	0,3

Parts d'audience du Top 5 des chaînes de la TNT			
15/34 ans			
	2022		2023
TF1	23,0%	TF1	23,8%
M6	14,2%	M6	13,9%
France 2	10,2%	France 2	10,3%
TMC	4,8%	TMC	4,2%
W9	3,6%	W9	3,7%

* hors France 4, LCP et Public Sénat
Source : NPA Conseil sur données Médiamétrie

Les visionnages en différé (enregistrement et replay) représentent 7 % de l'audience des 15/34 ans et des FRDA 15-49

Alors que les groupes audiovisuels accélèrent dans la mise en œuvre de leurs stratégies de plateformes – en France et ailleurs en Europe – la contribution du replay a représenté en 2023, 5 % du volume total d'écoute de la télévision, toutes chaînes confondues, et plus de 7 % chez les 15-34 ans ou les FRDA 15-49.

	Contribution du différé à l'audience				
	Ensemble 4+	15/34 ans	35/39 ans	60 ans et+	FRDA1549
Total TV	5%	7%	6%	3%	7%
TF1	7%	11%	9%	4%	12%
France 2	4%	5%	6%	3%	6%
M6	6%	10%	7%	4%	9%

A propos de NPA Conseil :

Fondé en 2001, NPA Conseil est un cabinet de conseil stratégique et opérationnel au service de la transformation numérique de l'audiovisuel et des télécoms.

Son activité combine veille stratégique, notamment au travers de l'Insight NPA, études de cadrage, avec le Baromètre OTT NPA Conseil / Harris Interactive en particulier, et missions ad hoc.