

# Premier tour : le match des soirées électorales

**Dimanche 23 avril, la France découvrait le visage des deux qualifiés au Second Tour de l'élection présidentielle. Au-delà des scores obtenus par les candidats, NPA Conseil analyse dans le détail les résultats minute après minute des soirées électorales de TF1 et France 2, les mouvements sur cibles comparé à l'élection de 2012 avant de s'intéresser à la couverture médiatique des chaînes ayant déployé un dispositif spécifique pour l'événement.**

## **2017 vs 2012 : l'écart se resserre entre TF1 et France 2**

Sur la tranche horaire commune de diffusion, la chaîne du service public enregistre le meilleur score avec en moyenne 6,7 millions de téléspectateurs pour 25,1% de PdA (vs 5,8M/21,6% pour TF1). Néanmoins, avec 8,5 millions de téléspectateurs devant TF1 à l'heure de l'annonce de la première estimation à 20 heures, la chaîne arrive en tête, à l'instar des précédentes élections. Par ailleurs, les courbes des deux chaînes se resserrent cette année avant que France 2 ne creuse l'écart avec sa concurrente à partir de 21h20. En 2012, les courbes illustrent un net report de téléspectateurs en faveur de France 2 alors qu'en 2017, ce report se manifeste bien plus tardivement. En effet, les deux chaînes sont au coude-à-coude jusqu'à la fin de l'allocution de François Fillon aux alentours de 20h45, France 2 affirmant ensuite son leadership jusqu'à la fin de la soirée. À noter que TF1 a poursuivi sa soirée à 22h40 avec la diffusion de trois épisodes de la série *US Esprits criminels*.



## **France 2 séduit les 15-34 ans**



Comparé à 2012, la première soirée de résultats est un succès : TF1 gagne 155 000 téléspectateurs et 1,4 point de PdA, France 2 progresse également de 395 000 tvsp et de 2,2 pts de PdA.

Si le public de France 2 reste âgé, il enregistre un bon niveau sur les 15-34 ans. Avec une PdA qui s'élève à 21,9%, la soirée électorale de France 2 affiche la meilleure progression sur cette cible comparé à 2012 (+5,1 pts). TF1 reste cependant leader en enregistrant 25% de PdA. Les deux chaînes progressent sur l'ensemble des cibles. Seul un léger retrait est observé sur les individus de 60 ans et plus pour TF1 (-1,1 point à 17,3% de PdA).

**Des disparités dans la structure des publics**

# Touche pas à mon poste! : Camille Lellouche, une chronique et puis s'en va ?

Par  Damien Mercereau Publié le 27/09/2016 à 19:25

Les plus de 50 ans sont pour les deux chaînes majoritaires dans la structure de leur public. Ils représentent 62,9% des téléspectateurs présents devant France 2 dimanche soir.

Les téléspectateurs de TF1, représentés par 51,4% d'individus de moins de 50 ans, sont plus jeunes que ceux de France 2. Ainsi, le public présent devant la soirée électorale de France 2 a en moyenne 54,7 ans contre 48,4 ans pour TF1.

La répartition entre hommes et femmes est globalement équilibrée, avec un public légèrement plus féminin pour les deux chaînes.

Enfin, les inactifs représentent plus de la moitié du public de France 2 (51,5%), au-dessus de TF1 (44,2%). Les CSP+ sont par ailleurs davantage représentées chez France 2 (28,4% de la structure globale vs 24% pour TF1).

## Visibilité : TF1 légèrement devant France 2

Au global, les soirées électorales proposées sur les chaînes gratuites ont bénéficié de 47 citations dans la presse au cours de la semaine du scrutin (21 print et 26 web). Avec 8 citations et une part de visibilité qui s'élève à plus de 40%, TF1 arrive en tête, talonnée par France 2.

Source : NPA Conseil / Baromètre 360 de visibilité des programmes / Visibilité mesurée sur la semaine ayant précédé le débat, dimanche compris

## **M6, grande gagnante de la contre-programmation**

Face à l'attrait des téléspectateurs vis-à-vis des soirées électorales, il n'est pas dans l'intérêt de la concurrence de proposer des programmes nouveaux. Ce dimanche, l'événement profite à M6 qui se place 2,5 pts au-dessus de sa moyenne de case depuis la rentrée à 12,4% avec la rediffusion de *The Avengers*. La chaîne capitalise notamment sur les 15-34 ans en doublant sa PdA sur la cible à 20,3% se plaçant ainsi deuxième chaîne nationale sur la durée du film. Pour rappel, M6 enregistrait déjà une belle performance lors du premier tour de la précédente élection présidentielle avec la rediffusion de *Men in black* (4 millions de tvsp pour 14% de PdA).