


# Les points clés des audiences de l'été

**La nouvelle saison télévisuelle ayant débuté le 28 août dernier, NPA Conseil détaille les succès et les échecs des grands rendez-vous de l'été 2017.**

## **Divertissement : *L'amour est dans le pré* toujours aussi fort, *Ninja Warrior* gagne en puissance**

Les programmes de divertissement ont réalisé des scores notables pendant l'été 2017. Dans la catégorie des divertissements sportifs, *Fort Boyard* (ALP), marque phare de la période estivale de France 2 depuis 1990, a réuni 2,6M de téléspectateurs en moyenne pour 15,9% de PdA sur les individus âgés de 4 ans et plus[1], soit une audience légèrement inférieure à celle de la saison précédente (-219 000 téléspectateurs et 0,9 pt de PdA). En face, *Ninja Warrior* (TF1 Production) sur TF1 a gagné en un an plus de 500 000 téléspectateurs à 4,4M cette saison, progressant ainsi de 3,9 pts de PdA à 24,9% sur les 4 ans et plus. Le programme a été aussi davantage consommé en replay cette saison que l'été dernier : +40% d'augmentation à 248 000 téléspectateurs supplémentaires en moyenne.

Sur M6, *L'amour est dans le pré* (FremantleMedia) assure chaque année à la chaîne la meilleure audience de la case les lundis soirs. Depuis le 19 juin, la douzième saison réunit 4,3M de téléspectateurs en moyenne, soit 115 000 de plus sur la même période[2] que la saison précédente qui avait commencé plus tard, le 11 juillet 2016. De plus, l'émission progresse de 0,9 pt de PdA à 22% sur les 4+ ainsi que de 0,7 pt auprès des FRDA 15-49 ans à 32,4%. L'émission est également plus forte en replay cette année que la précédente, toujours sur la même période avec une légère augmentation de 2,2% du nombre de téléspectateurs à 372 000. L'année dernière, la saison entière du programme réunissait 4,4M de téléspectateurs en audience consolidée par épisode (dont 341 000 téléspectateurs en replay) pour une PdA s'élevant à 21,1%.

Quant au *Marrakech du rire* (Kissman Productions), l'édition diffusée le 12 juillet dernier a atteint 19,2% de PdA pour 3,4 millions de téléspectateurs, soit le record pour la soirée événementielle diffusée chaque année sur M6 entre juin et juillet.

TF1 diffuse depuis le 20 août dernier la série documentaire *La vie secrète des chats* (BBC Worldwide France) le dimanche après-midi. Pour sa première, l'émission a réalisé 18% de PdA (1,6M de téléspectateurs) alors que le deuxième épisode est plus faible à 14,9% de PdA (1,4M de tvsp).

La période estivale a également été l'occasion pour les chaînes de la TNT de mettre à l'antenne de nouveaux formats de télé-réalité. Ainsi, NRJ12 a diffusé deux prime de l'émission *Undressed* (ALP) les 12 et 19 juillet derniers. Le programme sulfureux qui filme deux inconnus se rencontrant pour la première fois dans un lit a réalisé 2% de PdA. Malgré l'augmentation du nombre de téléspectateurs pour la deuxième soirée (+35,8% à 421 000), le programme n'a pas été renouvelé par la chaîne. En access, NRJ12 a préféré rediffuser la première saison de *La revanche des ex* (909 Productions) à l'antenne l'an dernier du 22 août au 21 octobre 2016. Depuis le 10 juillet dernier, l'émission de télé-réalité n'a réuni que

98 000 téléspectateurs en moyenne, pour 0,7% de PdA, contre 147 000 pour sa diffusion initiale en 2016. L'an passé, sur la période juillet-août, la case attirait 107 000 téléspectateurs (0,8% PdA) avec entre autres la série *The Musketeers* ou le magazine *Tellement vrai*.

Sa principale concurrente NT1 a, quant à elle, dégainé dès le 3 juillet sa nouvelle émission de téléréalité de cohabitation *10 couples parfaits* (ALP) qui attire en access, avec plus de succès, 234 000 téléspectateurs en moyenne pour 2,5% de PdA, auxquels s'ajoutent 21 000 téléspectateurs en replay TV. L'émission prendra fin le 31 août avec un final diffusé en Prime Time, pour être ensuite remplacée par la nouvelle saison de *Secret Story* à partir du 4 septembre.

### Séries : TF1 réussit son pari



La tentative de TF1 d'imposer une série française quotidienne en access se solde pour le moment par un succès avec *Demain nous appartient* (TelFrance). En effet, avec un premier épisode prometteur le 17 juillet dernier à 3,3M de téléspectateurs (22,8% de PdA), les audiences du programme se sont stabilisées en moyenne à 2,6M (18% PdA), soit un score supérieur à la moyenne de la case pour la saison écoulée qui s'élevait à 17,6% de PdA. De plus, la série fonctionne très bien en replay avec près de 600 000 téléspectateurs supplémentaires en rattrapage TV et 159 000 sur ordinateurs et appareils mobiles[3]. Le rattrapage, tous écrans confondus, représente ainsi 23% des visionnages de la série.

C'est aussi au mois de juillet que TF1 a lancé la série-courte hebdomadaire *Presque adultes* (Partizan Films et Mixicom) avec les Youtubeurs Norman, Cyprien et Natoo juste avant sa première partie de soirée du samedi. Ainsi depuis le 8 juillet, la série attire en moyenne près de 3 millions de téléspectateurs, le programme étant visionné en replay TV par 79 000 personnes.

M6 a diffusé la deuxième saison de *Quantico* (ABC Studios) avec un succès beaucoup plus mitigé que la première saison. En effet, celle-ci avait réuni en moyenne près de 4M de téléspectateurs en audience consolidée (dont 836 000 uniquement en rattrapage) pour une PdA de 19,5%. Cet été, la série n'a réuni en moyenne que 2,3M de fidèles en audience consolidée (dont 478 000 en replay) soit une diminution de 42% du nombre de téléspectateurs, pour une PdA de 12,7%. Une saison 3 a été confirmée par la chaîne ABC, diffuseur originel de la série, mais avec un nombre restreint d'épisodes prévus à partir de janvier 2018 aux Etats-Unis. Comme l'été dernier, M6 diffuse tout l'été la série *En famille* (M6 Studio) sur la case de *Scènes de ménages* en access. Cette année, la sixième saison du programme signe sa meilleure performance avec 2,8M de téléspectateurs en moyenne

contre 2,6M l'été précédent.

## France Télévisions : le diffuseur des rendez-vous sportifs de l'été

Ce sont les chaînes de France Télévisions qui ont traditionnellement mis en avant les différentes compétitions sportives estivales. Celles-ci ont notamment fait la part belle au sport féminin avec 2 compétitions majeures : la *Coupe du monde de rugby* et l'*Euro de football*. Retransmise en partie sur France 2 et France 4, la *Coupe du monde de rugby féminin* a attiré 1,2M de téléspectateurs en moyenne pour 7,2% de PdA, le record revenant au match Angleterre-France diffusé sur France 2 le 22 août en Prime Time (2,9M et 14,8% de PdA). Quant au football féminin, c'est à France 3 que revient le record d'audience de la compétition avec le match de quart de finale Angleterre-France : 3,6M de supporters devant leur poste pour une PdA s'élevant à 17,8%. L'*Euro de football féminin* aura capté en moyenne 977 000 téléspectateurs en moyenne pour 6,2% de PdA, les matchs étant répartis sur les 4 chaînes du service public.

En diffusant les *championnats du monde d'athlétisme*, France 2 et France 3 ont attiré en



moyenne 2,1M de téléspectateurs (15,5% PdA) du 5 au 13 août avec un record d'audience la soirée du 8 août pour le sacre de Pierre-Ambroise Bosse en finale du 800 mètres sur France 2 (4,4M de téléspectateurs et 23,7% de PdA).

Les *championnats du monde de natation* ont suscité moins d'emballement avec une audience moyenne s'élevant à 403 000 téléspectateurs pour 3,8% de PdA, notamment en raison de la diffusion de la compétition uniquement en fin d'après-midi du 23 au 30 juillet sur France 2 et France 3.

Quant au *championnat du monde de lutte* diffusé exclusivement sur France Ô du 21 au 26 août, 34 000 amateurs de la compétition (0,3% PdA) se sont réunis autour de leur écran en moyenne sur les deux plages horaires proposées : 19h-21h et 23h30-2h.

Enfin, l'indétrônable *Tour de France* a encore pulvérisé les records d'audience pour les après-midis de France 2 avec une moyenne de 3,8M de téléspectateurs pour 38,4% de PdA. A titre de comparaison, l'an dernier le *Tour de France* réunissait 3,5M de téléspectateurs (36,5% de PdA). La 17<sup>ème</sup> étape du 19 juillet 2017 entre La Mure et Serre-Chevalier a réalisé 51,2% de PdA sur France 2.



Comme l'été 2016, c'est l'offre cinéma de TF1 qui a le plus fédéré les téléspectateurs ces deux derniers mois. L'année dernière, le classement était dominé par la trilogie de la 7<sup>ème</sup> compagnie (5,7M de tvsp et 28,2% de PdA 4+ pour la meilleure audience), films que le groupe TF1 a décidé de rediffuser sur TMC au mois de juin avec succès.

[1] Source : Médiamétrie. Sauf mention contraire, les données d'audience sont traitées en mode veille en raison de la non-disponibilité des chiffres en J+7 de certains programmes diffusés récemment. Le mode veille comprend les chiffres de consommation des programmes en live ainsi que les enregistrements personnels visionnés le même jour (VOSDAL : Viewing on Same Day As Live).

[2] Du 1<sup>er</sup> épisode estival jusqu'au 29 août

[3] Sur données 4 écrans Médiamétrie, du 17 juillet au 18 août 2017.