

Fin de la Coupe du Monde féminine : le pari gagnant de TF1

Ce dimanche 7 juillet à 18h57, le coup de sifflet final de Mme Stéphanie Frappart lors de la finale Etats-Unis - Pays-Bas a clôturé la première Coupe du Monde féminine organisée dans l'hexagone. Jusqu'alors, jamais une compétition féminine n'aura suscité autant d'engouement en France, et le pari pris par le Groupe TF1 de diffuser la moitié des matchs de l'événement (26 des 52 matchs ont été retransmis sur TF1 et TMC) s'est avéré plus que gagnant : contre 10M€ de droits de diffusion dépensés par le groupe (dont une partie a été rétrocédé à Canal+), ses deux chaînes ont rassemblé en moyenne tout au long de la compétition **7,5M (TF1 - 9 matchs pour 36,7% de pda) et 1,2M de téléspectateurs (TMC - 16 matchs pour 7,2% de pda)**. En 2018, TF1 avait déboursé environ 65M€ pour la diffusion de 28 affiches de la Coupe du monde masculine, qui avait réuni en moyenne 8,7M de téléspectateurs pour 43,2% de part d'audience.



Dès le match d'ouverture (France-Corée le 7 juin, 4-0), **TF1 a battu son record de saison tous programmes confondus**, puisque 9,8M de téléspectateurs étaient présents devant le match. Ce record va être rapidement détrôné par le 1/8^e de finale France-Brésil (10,6M de téléspectateurs), lui-même défait par le ¼ de finale France - Etats-Unis (10,7M de téléspectateurs - **50% de pda**). Si le parcours des françaises est stoppé par les américaines (2-1), la diffusion des **5 matchs des bleues** aura été un carton d'audiences en réunissant **en moyenne 9,9M de téléspectateurs (43,2% de pda)**. A titre comparatif, les 5 premiers matchs des bleus lors de la Coupe du Monde 2018 avaient rassemblé 11,5M de téléspectateurs (69,6% de pda).

Face à cet engouement, **TF1 a augmenté, lors de la phase de poules, le prix des tarifs publicitaires** durant les matchs des bleus. Lors du dernier match de poules des Bleues contre le Nigéria, le prix des 30 secondes de publicité le plus élevé était facturé **116 000€ bruts HT à la mi-temps**, tandis que le prix le plus élevé lors du match d'ouverture était de **70.000€**.

Les téléspectateurs ont également été nombreux pour la diffusion des autres matchs de la compétition : sur TF1, le record d'audience a été réalisé par la ½ finale Angleterre - Etats Unis qui a rassemblé 5,5M de téléspectateurs, soit davantage que la **finale du 7 juillet (5,3M de téléspectateurs pour 41% de Pda)**. Sur TMC, la meilleure audience a été

réalisée par les Etats-Unis et la Suède, qui ont rassemblé 1,9M de téléspectateurs, permettant à la 10 **d'être la troisième chaîne nationale la plus regardée durant la soirée du 20 juin (8,8% de pda).**

En marge des matchs de la compétition, le Mag de la Coupe du Monde, présenté par Denis Brognart sur TF1, a lui aussi réalisé d'excellents scores : 2,4M de téléspectateurs en moyenne pour 20,1% de pda tout au long de la compétition, **soit plus que l'émission homonyme de la coupe du monde masculine l'an dernier**, qui avait rassemblé en moyenne 3M de téléspectateurs pour 19,6% de pda !

Les audiences sport du Week-End du 7 juillet :

-Euro basket féminin : Pour la quatrième édition consécutive, les bleues ont terminé deuxième de la compétition. Diffusée sur W9, la finale a rassemblé ce dimanche 7 juillet 582.000 téléspectateurs, pour 3% de pda. Si l'audience du match est supérieure à la moyenne de saison sur la chaîne au même horaire (20h - 22h - 492.000 téléspectateurs), le nombre de téléspectateurs a diminué de moitié par rapport à la finale 2017, qui avait réuni 971.000 téléspectateurs sur W9.

-Tour de France : Sur les antennes de France Télévisions, le départ du Tour de France 2019 a réalisé un meilleur départ que l'année dernière en termes d'audiences : ce samedi 6 juillet, 2M de téléspectateurs étaient rassemblés devant la première étape de la Grande Boucle (19,3% de pda), contre 1,9M l'an dernier (18,6%).