

PANORAMA

Bilan financier 2022
des chaînes nationales gratuites

Périmètre de l'étude

La présente note reprend les principaux résultats financiers des sociétés éditrices des 24 chaînes nationales gratuites diffusées en France sur la TNT gratuite pour l'année 2022 :

- chaînes du groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 4, France 5, franceinfo:, France Ô¹ ;
- chaînes du groupe TF1 : TF1, LCI, TMC, TFX et TF1 Séries Films ;
- chaînes du groupe M6 : M6, W9, 6ter, Gulli ;
- chaînes du groupe Canal Plus : CNews, C8, CStar ;
- chaînes du groupe Altice Médias² : BFM TV, RMC Découverte et RMC Story ;
- chaînes du groupe NRJ : NRJ 12, Chérie 25 ;
- la chaîne l'Equipe.

La chaîne parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) et Arte ne sont pas étudiées car elles ne relèvent pas de la compétence de l'Autorité.

L'année 2022 est nettement moins atypique que les années 2020 et 2021, marquées pour la première par une forte crise économique liée à la Covid³ et pour la deuxième, par un fort dynamisme conjoncturel du marché, notamment publicitaire.

I – Synthèse des évolutions constatées en 2022 et évolution de l'économie des chaînes gratuites depuis 2006

En 2022, des résultats financiers en hausse malgré une baisse de 2 % du chiffre d'affaires

En 2022, le total des chiffres d'affaires des 24 chaînes gratuites nationales diffusées sur la TNT⁴ s'élève à 5 615 M€, en baisse globalement de 2 % par rapport à 2021 (- 93,1 M€), baisse qui touche tant les chaînes privées (- 52,4 M€) que les chaînes publiques (- 40,7 M€).

¹ Pour les chaînes publiques du groupe France Télévisions, l'Arcom ne dispose plus d'éléments financiers propres à chacun de ces services depuis la constitution du groupe France Télévisions en société unique. Les éléments financiers retenus dans cette étude pour ce groupe sont ceux issus des comptes sociaux 2022 de France Télévisions SA, qui, outre les six chaînes métropolitaines, incluent également les chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}.

² En 2021, le groupe NextRadioTV est devenu Altice Médias.

³ La crise sanitaire liée au COVID a fortement affecté en 2020 l'ensemble des activités des chaînes gratuites : baisse importante du chiffre d'affaires publicitaire, modification des grilles, arrêt des tournages et donc difficultés à disposer de certains programmes, modification des conditions du direct, changement dans le mode de travail des équipes lié au confinement, mise en œuvre de plans d'économies, etc.

⁴ La chaîne parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) et Arte ne sont pas prises en compte dans ce calcul. Ces services n'entrent pas dans le champ de compétence de l'Autorité.

Il se répartit comme suit :

- chaînes publiques éditées par France Télévisions⁵ : 2 813 M€, en baisse de 1 % par rapport à 2021. Ces chaînes réalisent depuis deux ans 50 % du chiffre d'affaires total des chaînes gratuites ;
- 18 chaînes privées : 2 802 M€, en baisse de 2 % par rapport à 2021, année où leur chiffre d'affaires avait cru de 16 % par rapport à 2020, rattrapant ainsi les 11 % de baisse enregistrée en 2020 (crise sanitaire).

Évolution des chiffres d'affaires et des chiffres d'affaires publicitaires depuis 2006

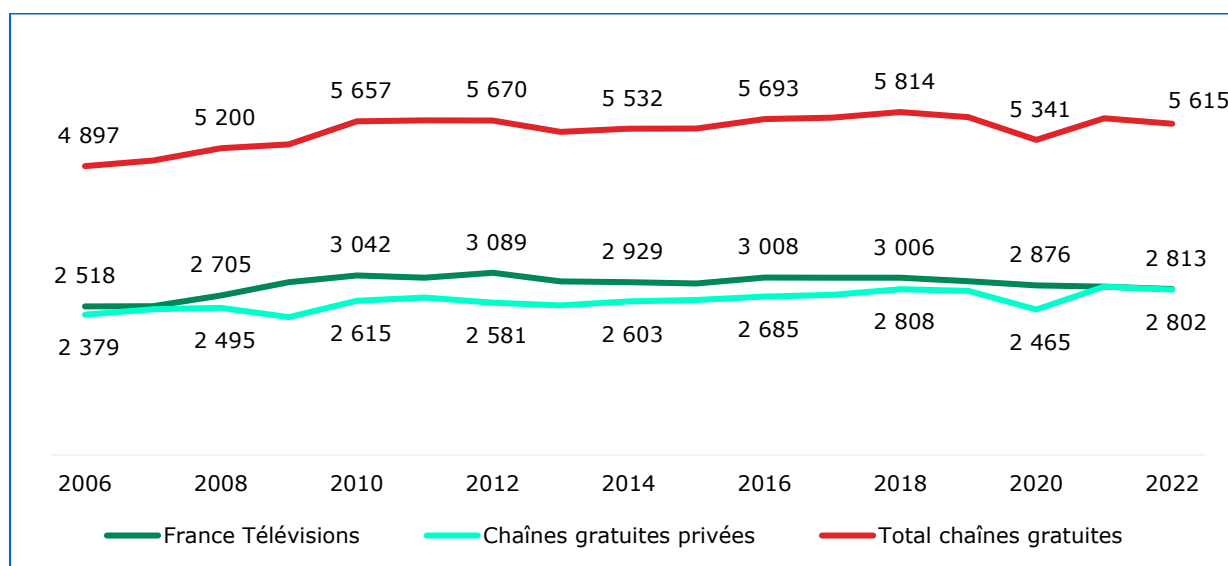
Depuis le lancement de la TNT en 2006, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes gratuites a augmenté de 15 % (718 M€), celui des seules chaînes privées de 18 % (+ 423 M€).

Entre 2006 et 2022, la progression des chiffres d'affaires des chaînes privées gratuites est de + 9 % entre 2006 et 2012 et de + 9 % entre 2012 et 2022.

Cependant, rapportée au nombre de chaînes présentes sur le marché entre ces deux périodes (17 chaînes entre 2006 et 2012) puis 23 et 24 chaînes entre 2013 et 2022⁶, la croissance des revenus des chaînes privées sur la période la plus récente peut apparaître comme peu dynamique (+ 221 M€ entre 2012 et 2022).

Le chiffre d'affaires de France Télévisions⁷ subit de fortes fluctuations, augmentant de 23 % jusqu'en 2012 pour diminuer de 9 % entre 2012 et 2022, en raison de la baisse tendancielle des dotations de l'État et des recettes publicitaires.

Évolution du chiffre d'affaires des chaînes gratuites depuis 2006 (en millions d'euros)



Arcom, selon les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

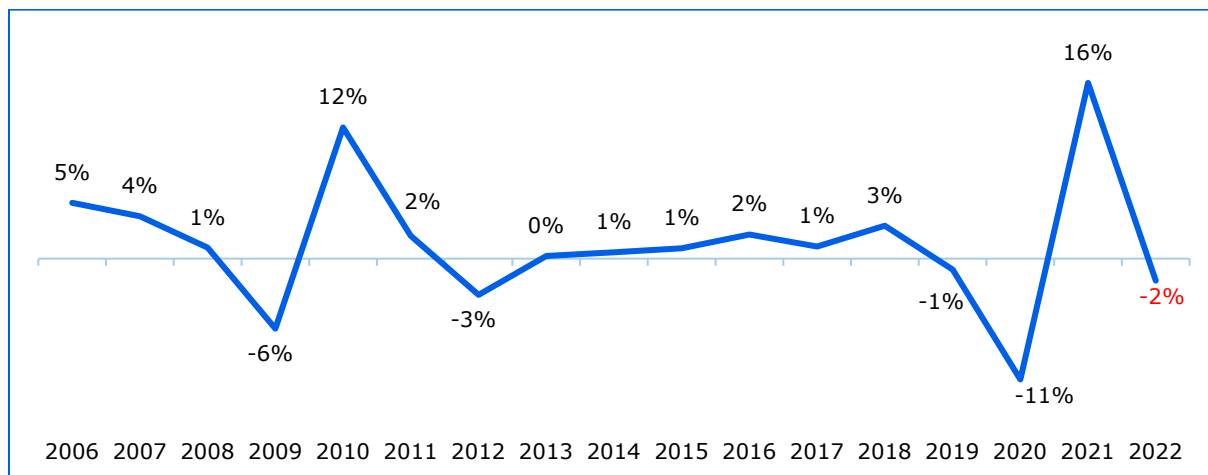
⁵ Comptes sociaux de France Télévisions SA.

⁶ En effet, la chaîne LCI, initialement diffusée sur la TNT payante, a été autorisée à être diffusée gratuitement sur la TNT à partir de 2016.

⁷ Pour 2005, 2006 et 2007, le chiffre d'affaires de France Télévisions, qui n'était pas encore constitué en groupe intégré, a été calculé en additionnant les chiffres d'affaires de France 2, France 3, France 4 et France 5.

Les taux de croissance des chiffres d'affaires de l'ensemble des chaînes gratuites privées depuis 2011 apparaissent comme peu dynamiques (à l'exception de 2021, année atypique) et cela malgré le lancement de six nouvelles chaînes en 2012.

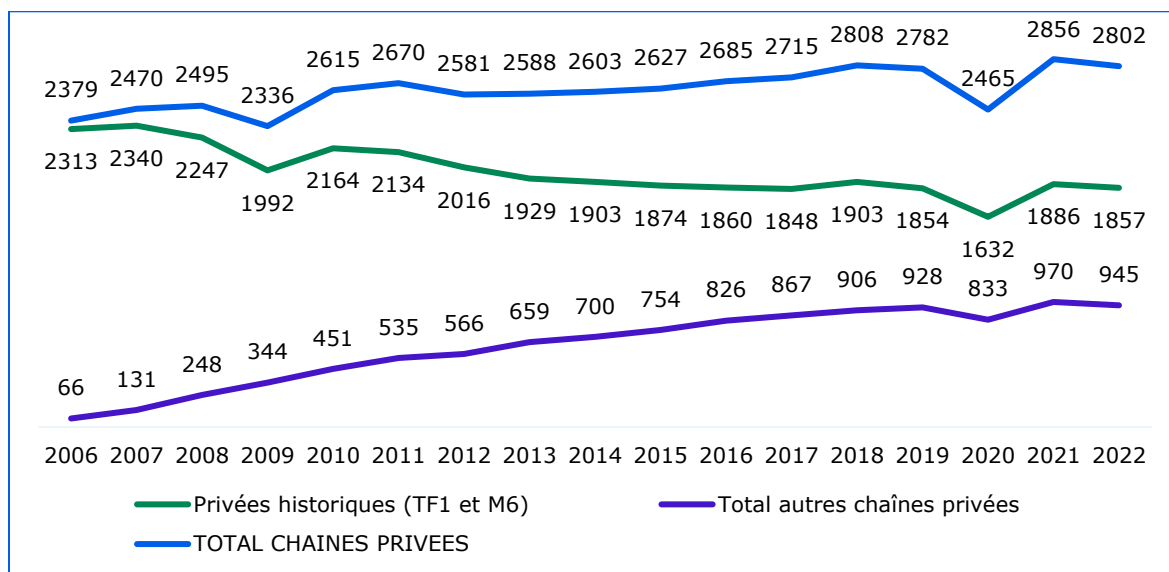
Évolution du taux de croissance du chiffre d'affaires des chaînes gratuites privées depuis 2006
(progression en % par rapport à l'année n-1)



Arcom, selon les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

Les chaînes privées historiques TF1 et M6 ont vu leur chiffre d'affaires diminuer constamment sur la période.

Évolution des chiffres d'affaires des chaînes privées depuis 2006
(en millions d'euros)



Arcom, selon les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

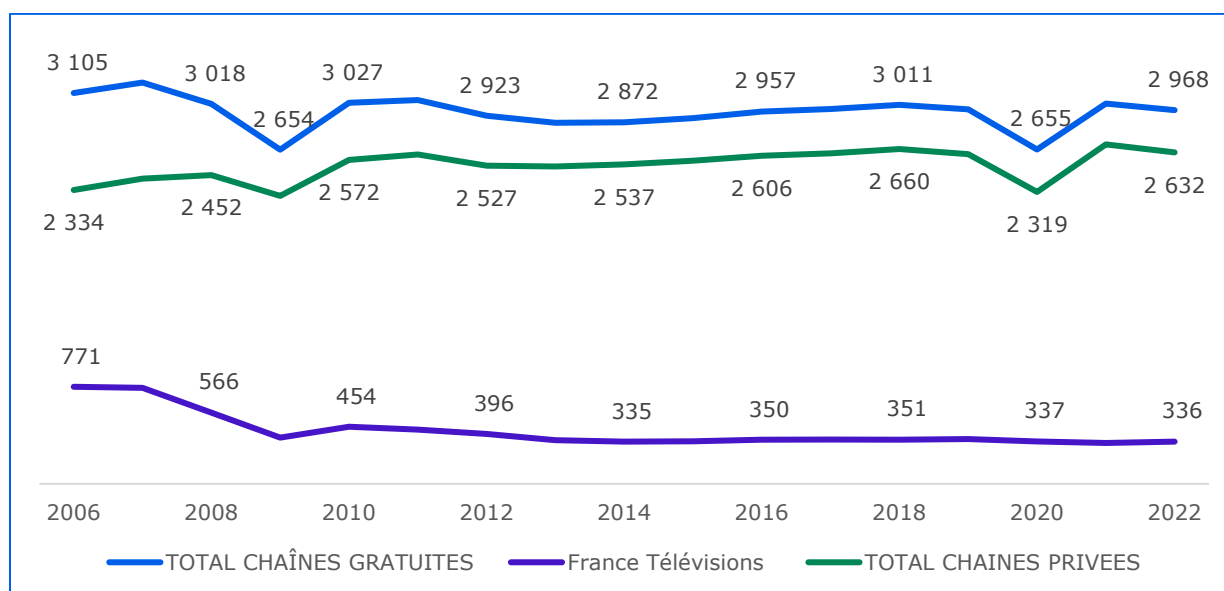
Le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites s'élève à 2 968 M€ en 2022, et est à 89 % réalisé par les chaînes privées (soit 2 632,4 M€, en baisse de 2 % par rapport à 2021 mais en hausse de 1 % par rapport à 2019, année de référence pré-crise sanitaire de 2020).

Depuis 2006, le chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites a diminué de 4 % (- 137 M€). En effet, les recettes publicitaires de France Télévisions ont été divisées par deux sur la période (- 435 M€), en raison de l'interdiction depuis le 5 janvier 2009, de diffuser des messages publicitaires (hors parrainages et hors messages d'intérêt général, génériques ou associatifs) sur les chaînes du groupe de 20 heures à 6 heures du matin.

Parallèlement, les recettes commerciales des chaînes privées ont globalement augmenté de 13 %, hausse imputable aux chaînes gratuites de la TNT lancées en 2006 puis en 2012, les chaînes historiques privées, TF1 et M6, accusant une baisse de 23 % de leurs recettes publicitaires sur la période (- 518 M€).

Si le chiffre d'affaires de France Télévisions est composé à plus de 80 % de ressources publiques, les revenus des chaînes gratuites privées proviennent presque intégralement de recettes publicitaires. Ces chaînes sont ainsi fortement dépendantes des investissements des annonceurs, eux-mêmes liés à la conjoncture économique, qui entre 2006 et 2022 a connu deux crises, la crise financière en 2009 et la crise sanitaire en 2020. Ces dernières ont fortement impacté à la baisse les recettes publicitaires réalisées dans le secteur télévisuel en 2009 et 2020. Outre ces crises conjoncturelles, les chaînes gratuites ont dû faire face à la concurrence structurelle de nouveaux acteurs présents sur internet.

Évolution du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes nationales gratuites par types de chaînes depuis 2006 (en millions d'euros)



Arcom, selon les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

Une forte diminution de la rentabilité du secteur de 2011 à 2016 suivie depuis par une amélioration sensible des résultats

La rentabilité des chaînes gratuites est largement positive en 2022, en augmentation de 4 % par rapport à 2021. Le cumul des résultats d'exploitation de l'ensemble des chaînes gratuites s'est élevé à 158 M€, et cela malgré le déficit d'exploitation de France Télévisions

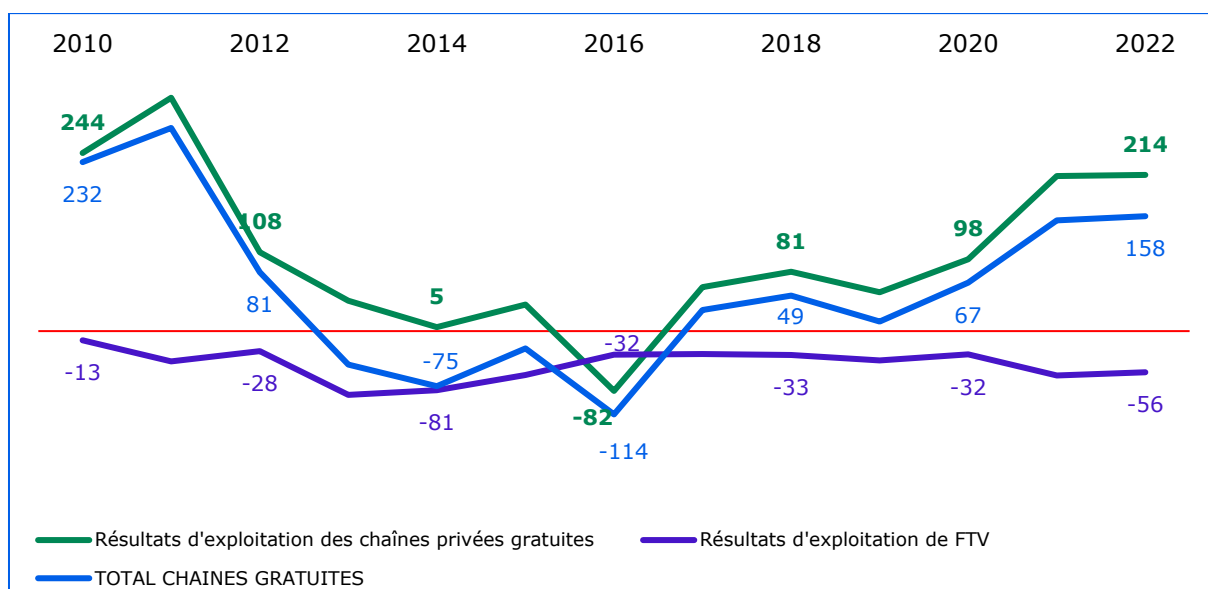
(- 56 M€)⁸. Ce groupe présente des résultats d'exploitation négatifs depuis 2010, la moyenne des déficits sur la période s'élevant à - 46 M€ par an.

Les résultats d'exploitation cumulés des chaînes privées gratuites ont connu une forte détérioration entre 2011 et 2015, jusqu'à devenir globalement négatifs en 2016, exercice au cours duquel ont été enregistrés à la fois un fort déficit cumulé des chaînes de la TNT lancées en 2005 et des chaînes HD gratuites lancées en 2012 (respectivement - 152 M€ et - 51 M€) et un résultat d'exploitation, certes positif, mais historiquement bas de la chaîne TF1 (30,8 M€).

Cette double fragilité, des chaînes publiques de France Télévisions d'une part, et des chaînes privées d'autre part (et parmi elles plus particulièrement les chaînes gratuites non historiques), explique qu'entre 2013 et 2016, le cumul des résultats d'exploitation de l'ensemble des chaînes gratuites soit négatifs.

Toutefois, depuis 6 ans, les résultats d'exploitation de l'ensemble des chaînes privées gratuites enregistrent une amélioration progressive et constante, sans toutefois atteindre le niveau de 2011 (320 M€). Ces résultats globalement positifs du secteur depuis 2017 tiennent essentiellement aux bons résultats de deux chaînes, TF1 et M6.

Évolution des résultats d'exploitation cumulés des chaînes gratuites nationales depuis 2010⁹ (en millions d'euros)



Arcom, selon les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

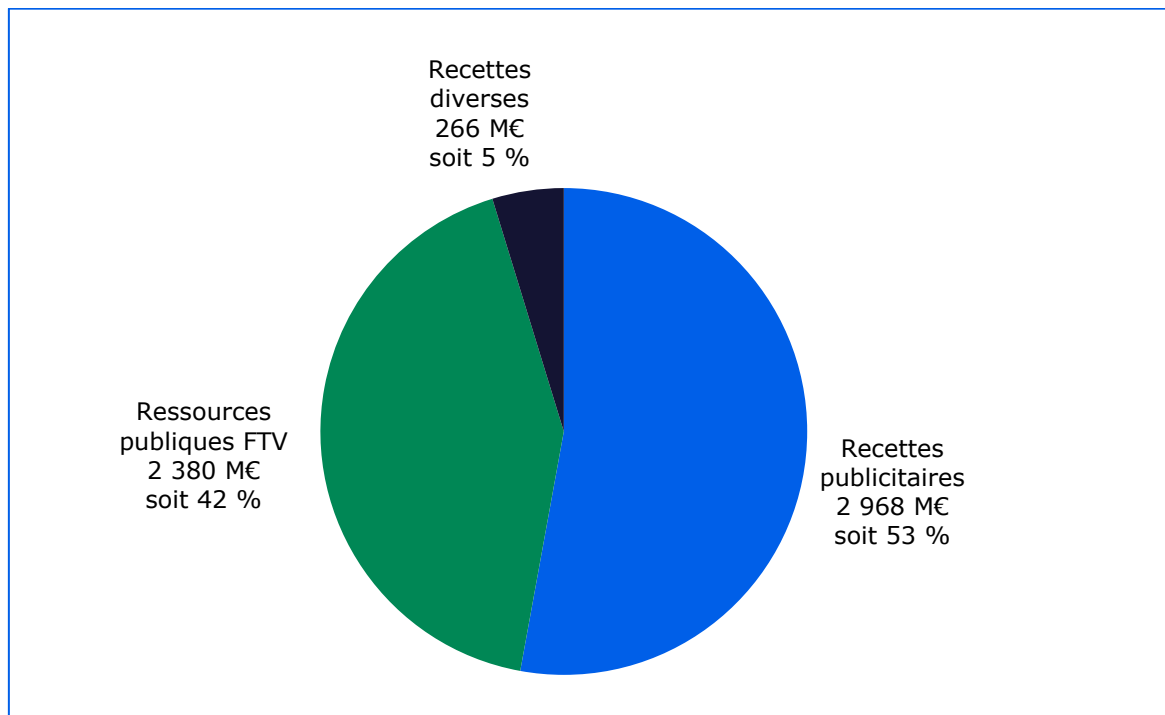
⁸ Les éléments financiers du groupe France Télévisions sont issus des comptes sociaux 2022 de France Télévisions SA, qui, outre les six chaînes métropolitaines, incluent également les chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}.

⁹ Il n'a pas été possible de reconstituer le résultat d'exploitation cumulé des chaînes de France Télévisions avant 2010, car ce groupe n'était pas constitué en groupe intégré avant cette année-là. Ceci explique que ce graphique ne peut remonter jusqu'en 2006, comme les autres graphiques de cette partie.

II - Composition du chiffre d'affaires des chaînes gratuites en 2022

En 2022, le chiffre d'affaires total des chaînes gratuites, qui s'élève à 5 614,9 M€, est composé à 53 % de recettes publicitaires (2 968 M€), à 42 % de ressources publiques versées au groupe France Télévisions (2 380 M€) et à 5 % de recettes diverses (266 M€)¹⁰.

Graphique n° 1 - Ventilation par type de recettes du chiffre d'affaires des chaînes gratuites en 2022



Arcom d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

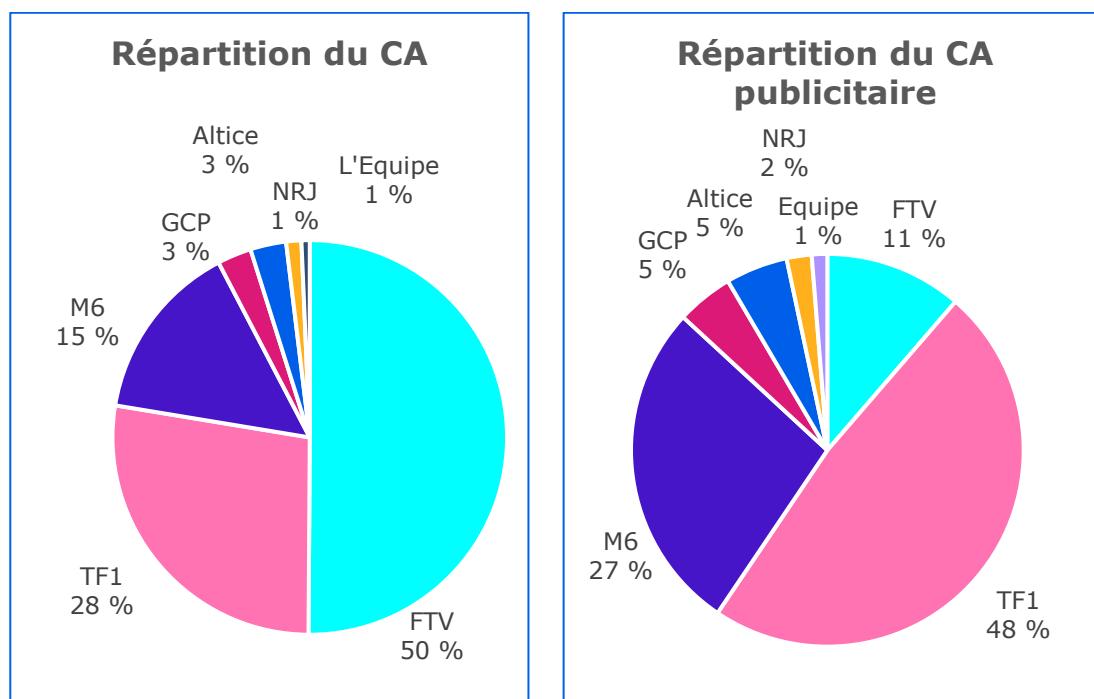
¹⁰ Les recettes diverses intègrent essentiellement les recettes de distribution des fournisseurs d'accès à internet (mais l'Arcom n'a pas connaissance du montant qu'elles représentent) ainsi que les recettes issues de la vente de droits.

III – Analyse des évolutions constatées en 2022, par groupes¹¹

Les trois groupes, France Télévisions¹², TF1 et M6 réalisent à eux trois plus de 90 % du chiffre d'affaires du secteur de l'édition de chaînes gratuites en 2022.

Le groupe France Télévisions réalise à lui seul plus de 50 % de ce chiffre d'affaires total. Le groupe public représente 12 % du chiffre d'affaires publicitaires total, contre 48 % pour le groupe TF1 et 27 % pour le groupe M6.

Poids des groupes audiovisuels dans le chiffre d'affaires total et dans le chiffre d'affaires publicitaire total réalisés dans l'édition de chaînes gratuites en 2022



Arcom, selon les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

A) Légère baisse du chiffre d'affaires des chaînes de France Télévisions

Depuis 2018, le chiffre d'affaires de France Télévisions diminue de façon constante (-1 % en 2022 soit - 40,7 M€, - 4 % en 2021 et - 2 % en 2020), à l'instar des ressources publiques qui lui sont versées, qui depuis 2018 également sont en constante diminution.

En 2022, les dotations de l'état, qui s'élèvent à 2 380,2 M€, diminuent faiblement (- 0,6 % en soit -14 M€).

Les recettes publicitaires 2022 sont en augmentation de 3 % (+ 11,3 M€) malgré des audiences agrégées du groupe public en baisse de 0,2 point par rapport à 2021¹³.

¹¹ Rappel : cette analyse par groupe est effectuée en ne prenant en compte que les principaux indicateurs de chacune des chaînes gratuites éditées par chacun de ces groupes. Elle ne retrace donc que l'activité d'édition de chaînes gratuites des groupes étudiés. Elle n'est donc pas comparable aux comptes consolidés par groupe qui sont édités chaque année par les principaux groupes audiovisuels français.

¹² Source : Comptes sociaux 2022 de France Télévisions SA.

¹³ Les audiences qui seront citées dans cette partie, sont les audiences des téléspectateurs de 4 ans et plus (source : Médiamétrie).

Les charges baissent globalement de 2 % en 2022 (-73,4 M€). Le principal poste concerne "le coût des programmes achetés" qui s'élève à 1 009,7 M€ sur l'exercice 2022, montant en diminution de 22,5 M€ par rapport à l'exercice précédent. En revanche, les charges de personnel, qui s'élèvent à 914,1 M€ sur l'exercice 2022 contre 904,3 M€ sur l'exercice 2021, sont en augmentation de 1,1 %.

France Télévisions SA présente depuis 2010 des déficits d'exploitation. En 2022, ce déficit s'élève à 56,4 M€ en légère diminution par rapport à celui réalisé en 2021 (60,9 M€). Son résultat net, pourtant positif en 2019 et en 2020¹⁴, redevient négatif en 2021 (- 80,3 M€) et l'est toujours en 2022 (- 101,6 M€).

B) Très légère baisse du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites du groupe TF1 et des audiences en repli

En 2022, l'audience agrégée des chaînes gratuites éditées par TF1 est en baisse de 0,6 point. A l'exception de l'audience de la chaîne LCI qui connaît une progression significative de 0,6 points, les audiences des autres chaînes du groupe sont stables ou en baisse. Ces moindres performances conduisent à un chiffre d'affaires publicitaire global en très léger repli (-1 %). Le chiffre d'affaires est toutefois stable après une année 2021 très dynamique, dans laquelle le groupe avait retrouvé le niveau de chiffre d'affaires réalisé en 2019.

Trois chaînes gratuites du groupe enregistrent une baisse de leur chiffre d'affaires (TMC, TFX et TF1 Séries Films), là où celui des chaînes TF1 et LCI croit respectivement de 1 % et de 10 %. La croissance du chiffre d'affaires de la chaîne d'information du groupe est continue depuis 2016, année de son passage sur la TNT gratuite¹⁵. Cependant, cette chaîne est constamment déficitaire. Les résultats positifs des autres chaînes gratuites du groupe conduisent à rendre largement bénéficiaire l'activité d'édition de chaînes gratuites du groupe TF1 en 2022 (131,7 M€ de résultat d'exploitation et 159,2 M€ de résultat net).

Cependant, les performances en termes de bénéfices du groupe sont en recul par rapport à 2021, évolution qui pourrait s'expliquer par la hausse de 3 % des charges d'exploitation cumulées des chaînes (+ 48,4 M€), qui atteignent leur plus haut niveau depuis quatre ans. Cette évolution concerne toutes les chaînes, à l'exception de la chaîne TFX.

C) Bonne rentabilité des chaînes gratuites du groupe M6 malgré des audiences et des chiffres d'affaires en baisse

Les chaînes gratuites du groupe M6 enregistrent, comme en 2020 et 2021, de très bons résultats en 2022 (126,3 M€ de résultat d'exploitation et 342,9 M€ de résultat net¹⁶) et cela malgré des audiences agrégées qui perdent 0,8 point par rapport à 2021 (dont - 0,7 point pour M6).

Ces contre-performances en termes d'audience conduisent à une baisse du chiffre d'affaires et du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes du groupe prises globalement (- 6 %) mais aussi individuellement. Ainsi, W9 enregistre une baisse de 10 % de son chiffre d'affaires, 6ter de 7 %, M6 de 6 % et Gulli de 3 %.

¹⁴ Et cela grâce à un résultat net exceptionnel de 43,2 M€ inscrit au compte de résultat de France Télévisions (source : comptes sociaux 2020 de France Télévisions SA).

¹⁵ La chaîne était largement bénéficiaire lorsqu'elle était diffusée sur la TNT payante.

¹⁶ Ce résultat net particulièrement élevé s'explique par la forte augmentation du poste « produits financiers de participations » dans le compte de résultat de la chaîne M6 (157 M€ en 2021 contre 290 M€ en 2022), qui conduit à un résultat net de M6 de 342 M€.

D) Un chiffre d'affaires publicitaire globalement stable pour les trois chaînes gratuites du groupe Canal+ malgré de bons résultats d'audience

Le chiffre d'affaires des chaînes gratuites éditées par GCP diminue de 11 % en 2022¹⁷, malgré un chiffre d'affaires publicitaire globalement stable, grâce aux bons résultats de CNEWS, et des audiences en augmentation. En effet, par rapport à 2021, C8 gagne 0,2 points d'audience et CNews 0,1 points, CStar restant stable.

Pour autant, seule la chaîne CNews enregistre une augmentation de son chiffre d'affaires publicitaire (+ 12 %) là où celui de CStar baisse de 13 % et celui de C8 de 1 %.

Le total des résultats d'exploitation et des résultats nets de ces chaînes est toujours lourdement négatif bien qu'en légère amélioration par rapport à 2021.

E) Pour la première fois, les chaînes gratuites d'Alice Media sont toutes bénéficiaires

Alors qu'en 2021, l'activité d'édition du groupe Altice Média dans la télévision gratuite était pour la première fois globalement bénéficiaire, et cela malgré le déficit de la chaîne RMC Story, la situation des chaînes du groupe s'est encore améliorée en 2022, puisque chacune des trois chaînes est désormais bénéficiaire.

Pourtant, leur chiffre d'affaires cumulé est en baisse de 2 % et leur chiffre d'affaires publicitaire de 6 %, baisse imputable à la chaîne RMC Découverte. En effet, son chiffre d'affaires diminue de 19 % entre 2021 et 2022, son chiffre d'affaires publicitaire de 22 % et ses audiences de 0,1 point.

Parallèlement, les audiences de RMC Story et BFM TV augmentent (respectivement de 0,3 point et de 0,4 point) ainsi que leurs chiffres d'affaires (respectivement + 5 % et + 6 %).

F) Des chiffres d'affaires en hausse mais des résultats toujours négatifs pour les chaînes du groupe NRJ

En 2021, la chaîne NRJ12 n'avait pas pu bénéficier du rebond économique observé en 2021 à la suite de la crise sanitaire de 2020. En effet, la croissance de son chiffre d'affaires publicitaire ayant été en 2021 deux fois inférieure à la moyenne enregistrée par les autres chaînes privées (+ 8 % contre + 16 % en moyenne), son chiffre d'affaires était resté à un niveau très éloigné de celui qu'il avait enregistré en 2019.

Depuis, la situation a évolué très favorablement pour la chaîne, et cela malgré une baisse de 0,1 point de son audience en 2022 (après une baisse de 0,1 point en 2021 et de 0,2 point en 2020). En effet, avec une augmentation de 36 % de son chiffre d'affaires et de 16 % de son chiffre d'affaires publicitaire, le niveau de recettes de cette chaîne en 2022, est supérieur à celui atteint en 2019. Ses résultats restent néanmoins négatifs, mais son déficit d'exploitation et son déficit net sont trois fois moins élevés qu'en 2021.

Les indicateurs de la chaîne Chérie 25 sont également dynamiques : hausse de 0,1 point de son audience (comme en 2021) et de 6 % de son chiffre d'affaires (+ 10 % pour le chiffre d'affaires publicitaire). Elle reste néanmoins déficitaire même si ce déficit se réduit d'année en année.

¹⁷ La baisse du chiffre d'affaires des chaînes gratuites éditées par GCP pris globalement s'explique notamment par la baisse des « autres recettes » (notamment des « refacturations d'émission » pour CNews) incluses dans le chiffre d'affaires de chacune des chaînes.

Chiffre d'affaires, chiffre d'affaires publicitaire, par groupe, réalisés dans l'édition de chaînes gratuites en 2022

Groupes Chaînes étudiées	Chiffre d'affaires				Chiffre d'affaires publicitaire			
	Rappel 2021 en M€	2022 en M€	Évolution 2022/2021 en %	Part du total en 2022 en %	Rappel 2021 en M€	2022 en M€	Évolution 2022/2021 en %	Part du total en 2022 en %
Total groupe France Télévisions F2, F3, F4, F5, FO, Finfo:	2 853,9	2 813,2	-1%	50%	324,7	336,0	3%	11%
Total chaînes groupe TF1	1 537,2	1 544,1	0%	28%	1 436,0	1 427,5	-1%	48%
<i>Dont TF1</i>	1 210,9	1 221,2	1%	22%	1141,7	1138,3	0%	38%
Total chaînes groupe M6	879,6	827,8	-6%	15%	866,7	813,3	-6%	27%
<i>Dont M6</i>	674,8	635,4	-6%	11%	671,6	631,4	-6%	21%
Total chaînes groupe Canal+	175,8	156,9	-11%	3%	138,5	138,8	0%	5%
Total chaînes groupe Altice Média	168,1	164,8	-2%	3%	162,3	151,9	-6%	5%
Total chaînes NRJ Group et L'Équipe	93,6	108,0	15 %	2 %	92,8	99,0	7%	3 %
Total chaînes gratuites	5 708,1	5 614,9	-1,6%	100%	3 020,9	2 968,4	-1,7%	100%

Arcom d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

Résultat d'exploitation et résultat net par groupe, réalisés dans l'édition de chaînes gratuites en 2022¹⁸

Groupes Chaînes étudiées	Résultat d'exploitation			Résultat net		
	Rappel 2021 en M€	2022 en M€	Évolution 2022/2021 en valeur	Rappel 2021 en M€	2022 en M€	Évolution 2022/2021 en valeur
Total groupe France Télévisions <i>F2, F3, F4, F5, FO, Finfo</i>	-60,9	-56,4	4,5	-80,3	-101,6	-21,3
Total chaînes groupe TF1 <i>TF1, TMC, TFX, TF FS, LCI</i>	152,0	131,7	-20,3	197,9	159,2	-38,7
Total chaînes groupe M6 <i>M6, W9, 6ter, Gulli</i>	146,0	126,3	-19,7	265,3	342,9	77,6
Total chaînes groupe Canal+ <i>C8, Cstar, CNews</i>	-54,7	-36,3	18,4	-58,2	-47,6	10,6
Total chaînes groupe Altice Média <i>BFM TV, RMC Découverte, RMC Story</i>	7,8	15,2	7,4	3,7	16,6	12,9
Total chaînes NRJ Group et l'Équipe <i>NRJ 12, Chérie 25, l'Équipe</i>	-38,6	-22,9	15,7	-36,8	-24,6	14,8
Total chaînes gratuites	151,6	157,6	6,0	291,6	344,9	53,3

Arcom d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis

Charges d'exploitation, par groupe, des chaînes gratuites en 2022

Groupes Chaînes étudiées	Charges d'exploitation			
	Rappel 2021	2022 en M€	Évolution 2022/2021 en %	Évolution en valeur en M€
Groupe France Télévisions	4 001,5	3 928,1	-2%	-73,4
Groupe TF1	1 576,2	1 624,6	3%	48,4
Groupe M6	948,5	911,8	-4%	-36,7
Groupe Canal+	236,3	197,9	-16%	-38,4
Groupe Altice Média	164,5	155,9	-5%	-8,6
NRJ Group et l'Équipe	136,3	135,5	-1 %	- 0,8
Total chaînes gratuites	7 063,3	6 953,8	-2%	-109,5
Total chaînes privées gratuites	2 730,6	3 025,8	11%	295,2

Arcom d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

¹⁸ Le montant des résultats d'exploitation et des résultats nets par chaîne n'apparaissent plus dans ce bilan. En effet, compte tenu des opérations et écritures pouvant intervenir entre les chaînes d'un même groupe, les données présentées sont la somme des résultats de chacune des chaînes.

Part d'audience agrégée par groupe en 2022¹⁹ (en %)

(Cible : 4 ans et +, source : Médiamétrie)

Groupes Chaînes étudiées	Rappel Part d'audience agrégée 2021	Part d'audience agrégée 2022	Évolution 2022/2021 en valeur
Total Groupe France Télévisions F2, F3, F4, F5, Finfo²⁰	28,9	28,7	-0,2
Total chaînes groupe TF1	27,2	26,6	-0,6
TF1	19,7	18,7	-1
TMC	3	3	0
TFX	1,5	1,5	0
TF1 Séries Films	1,9	1,7	-0,2
LCI	1,1	1,7	0,6
Total chaînes groupe M6	14,3	13,5	-0,8
M6	9,1	8,4	-0,7
W9	2,5	2,3	-0,2
6ter	1,5	1,6	0,1
Gulli	1,2	1,2	0
Total chaînes groupe Canal+	5,7	6	0,3
C8	2,6	2,8	0,2
CStar	1,1	1,1	0
CNews	2	2,1	0,1
Total chaînes Groupe Altice Média	6,5	7,1	0,6
BFM TV	2,9	3,3	0,4
RMC Découverte	2	1,9	-0,1
RMC Story	1,6	1,9	0,3
Total chaînes NRJ Group	2,4	2,4	0
NRJ 12	1,2	1,1	-0,1
Chérie 25	1,2	1,3	0,1
Autres chaînes : L'Équipe	1,5	1,5	0
Total chaînes gratuites	86,5	85,8	-0,7

Source : Médiamétrie, retraitement Arcom.

¹⁹ Audience 4 ans et plus, source Médiamétrie.

²⁰ La chaîne FranceInfo n'est pas mesurée par Médiamétrie.