

The graphic features a smiling couple in the foreground. The background is teal with several program logos in yellow and white: 'LE DÉCONCENTRÉ', 'LA DI LA CHANTÉ', 'LE GRAND N'IMPORTE QUIZZ', 'LE SAÏLE', and 'LE QU... M...'. A large white number '1' is prominently displayed. On the right, there are pink and red concentric circles and a blue musical note icon.

réunion

1

LE GRAND N'IMPORTE QUIZZ

LE SAÏLE

LE DÉCONCENTRÉ

LA DI LA CHANTÉ

LE QU... M...

RÉUNION LA 1^{ÈRE},
UNE NOUVELLE DYNAMIQUE QUI S'AFFIRME

RÉUNION LA 1^{ÈRE}, C'EST...

12%

de part d'audience

+ 7%

vs avril juin 2019

186 800

télespectateurs/jour

+ 10 800

vs avril juin 2019

27%

d'audience cumulée

+ 6%

vs avril juin 2019

réunion

1

La télévision, un média essentiel dans la vie des Réunionnais puisque 90% déclarent la regarder tous les jours ou presque

Aller sur internet à partir d'un smartphone, tablette 91%

Regarder la tv **90%**

Aller sur internet à partir d'un ordinateur 83%

Aller sur les réseaux sociaux 82%

Écouter la radio 78%

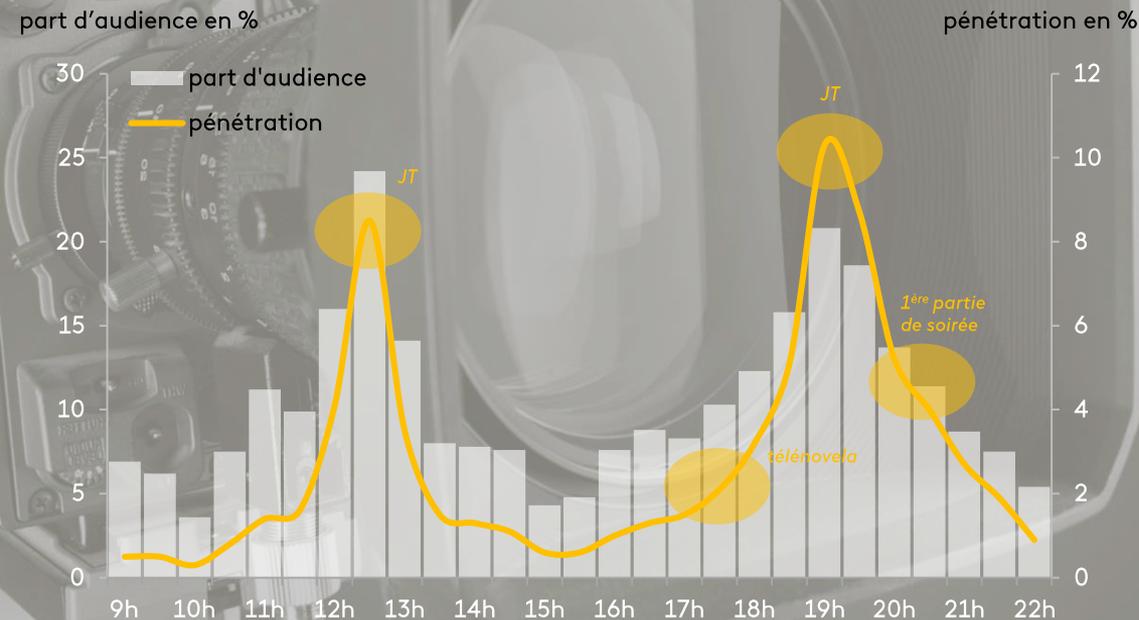
Lire la presse quotidienne : Jir ou Le Quotidien 35%

Lire des magazines réunionnais 18%

Source : Pigé! 2019 / ens 13+

france•tvpublicité
outre-mer

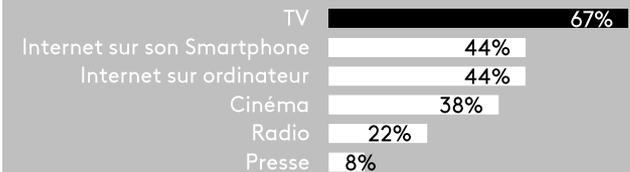
SES POINTS FORTS : INFO ET DIVERTISSEMENT



La télévision est le média préféré des Réunionnais pour suivre l'actualité

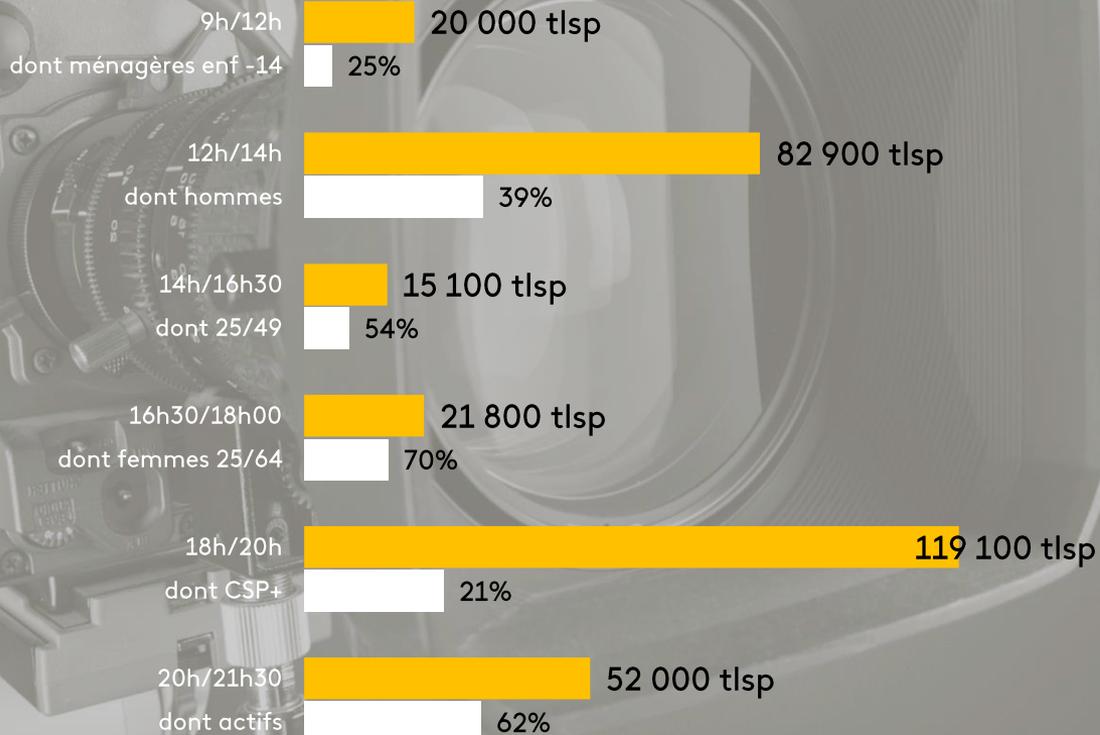


et se divertir



Source : Pigé! 2019 / ens 15+

DES CHOIX DE PROGRAMMATION POUR TOUS



Source : Médiamétrie sept nov 2019 / LV / 5h-24h / ens 13+ / téléspectateurs

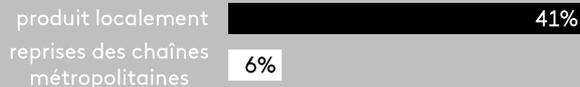
réunion



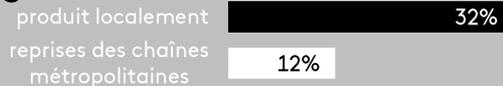
Local ou métropolitain/étranger :
la préférence des Réunionnais va

- aux JT et aux magazines produits localement
- aux séries françaises ou américaines

JT



magazines



séries



Source : Pigé! 2019 / ens 15+

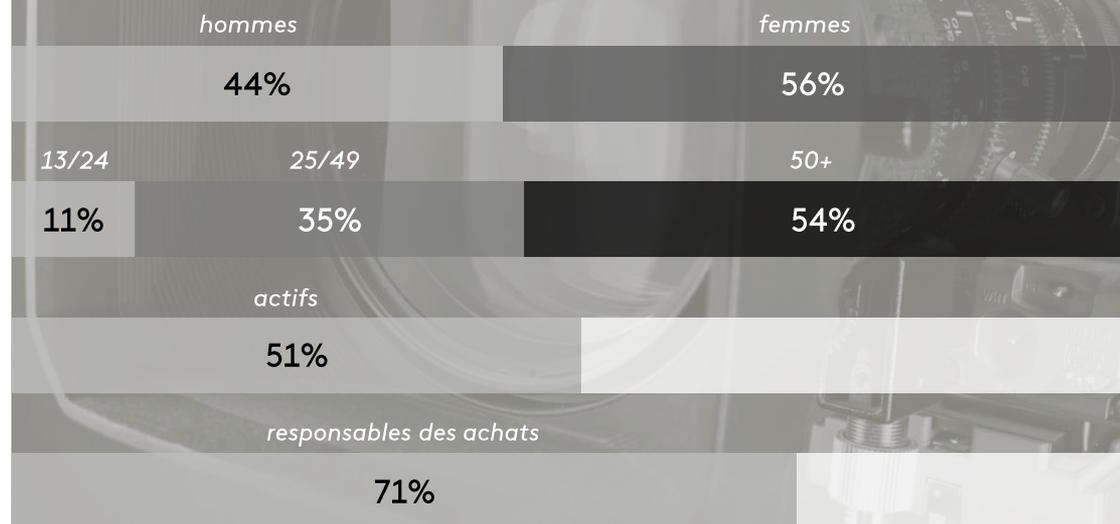
france•tvpublicité
outre-mer

RÉUNION LA 1^{ÈRE}, AU GLOBAL, C'EST CHAQUE JOUR 186 800 TÉLÉSPECTATEURS, DONT

Hommes **82 600**
 Femmes **104 200**
 25/49 ans **65 400**
 Au moins 1 enfant **60 000**
 Resp. des achats **132 100**
 Actifs **95 900**
 CSP+ **36 000**

réunion

1



ET PLUS DU TIERS NE REGARDE PAS ANTENNE RÉUNION

37,3%

des téléspectateurs de Réunion la 1^{ère}
ne regardent pas Antenne Réunion

Ne pas communiquer sur Réunion la 1^{ère}
s'est se priver de

69 700

acheteurs potentiels chaque jour

réunion

1

A man with glasses is hugging a young child from behind. The child is wearing a patterned shirt. In the background, there is a hand-drawn map of Réunion on a piece of paper, with the name 'Réunion' written in red. The scene is set in a room with a colorful tapestry on the wall and a Christmas tree visible in the background.

Les grands rendez-vous de Réunion la 1^{ère}

L'INFO

JT

19.00

réunion

1

JT midi (12h30/13h15)

76 000 téléspectateurs chaque midi

22% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 76 sont responsables des achats...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	25/64 ans	Au moins 1 enfant
38%	62%	76%	64%	28%

JT soir (19h00/19h45)

103 100 téléspectateurs chaque soir

20% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 48 sont des actifs...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	Actifs	25/49 ans
48%	52%	72%	48%	39%

Source : Médiamétrie sept oct 2019 / LV / ens 13+

LES FICTIONS

Les ombres du passé (13h15/15h00)

24 800 téléspectateurs chaque après midi

9% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 72 sont des femmes de 35 ans ou plus...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	Femmes 35+	25/49 ans
21%	79%	84%	72%	40%

Source : Médiamétrie sept oct 2019 / LV / ens 13+

The queen of flow (17h30/18h30)

29 400 téléspectateurs chaque après midi

11% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 31 sont des femmes actives...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	Femmes actives	Au moins 1 enfant
23%	77%	87%	31%	27%

LES DIVERTISSEMENTS

Un look d'enfer (12h05/12h15)

21 700 téléspectateurs chaque midi

13% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 67 sont des femmes...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	25/49 ans	Au moins 1 enfant
33%	67%	80%	40%	33%

Source : Médiamétrie sept oct 2019 / LV / ens 13+

Alon chanter (18h30/18h55)

50 000 téléspectateurs chaque soir

16% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 70 sont responsables des achats...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	35+	Actifs
41%	59%	70%	74%	46%

réunion

1

LA 1^{ÈRE} PARTIE DE SOIRÉE

(19h30/21h00)

92 100 téléspectateurs chaque soir

15% de PDA

Sur 100 téléspectateurs, 41 ont entre 25 et 49 ans...

Hommes	Femmes	Responsables des achats	Actifs	25/49 ans
48%	52%	71%	55%	41%

Source : Médiamétrie sept oct 2019 / LV / ens 13+

france•tvpublicité
outré-mer

réunion

1

DES PROGRAMMES À VOIR ET À REVOIR À LA DEMANDE

2,7 millions

de pages vues en novembre 2019 sur Réunion la 1^{ère}

et **109 300**

pré-rolls audio sur les directs radio de Réunion la 1^{ère}

Source : AT Internet / Google Analytics / Infomaniak – audience web+mobile
Audience géolocalisée à l'exception de Réunion la 1^{ère}

5,3 millions

de pages vues en novembre 2019 sur l'ensemble de l'offre FTPO

réunion  1



Réunion

france•tv franceinfo: france•tv sport

TV5MONDE



réunion

1

COMPLÉMENTARITÉ DES ÉCRANS VIDÉO

Utilisez votre spot tv pour émerger sur nos supports digitaux

vosre spot TV



+

le pré-roll



l'inboard



france.tv publicités
outre-mer

réunion

1

LA 1^{ÈRE}, UN GRAND GROUPE MÉDIA À LA RÉUNION

une chaîne
de TV



une station de radio



un site internet



une appli



un site & une appli de
rattrapage

