

Le concert des Enfoirés sur TF1, une soirée télé qui fait toujours battre le cœur des Restos du cœur

ID | ART-0013-PRESS | Theme | PRESS | Updated | 16-07-2026 | Version | 1.0.0

Journal | Télérama
Date | 27-02-2026
Auteur | Romain Colas
Themes | La musique francophone contemporaine; Le rôle du bénévolat



De gauche à droite : Zazie, Zaz, Claire Keim et Helena durant le spectacle des Enfoirés, à Paris-Bercy, en janvier 2026.
Photo Sylvie Dubois/Restos du cœur/TF1

Chaque année, le concert des Enfoirés est l'une des plus fortes audiences de la télévision. Un rendez-vous plébiscité par le public, qui offre une belle visibilité à l'association caritative. Et qui dure en s'ouvrant aux nouveautés.

Cinquante-cinq artistes, sept concerts à Paris-Bercy, soixante-douze mille spectateurs... La 37^e édition des Enfoirés a une nouvelle fois, en janvier, mobilisé les stars et le public au profit des Restos du cœur. Elle devrait également rassembler les téléspectateurs sur TF1, son diffuseur historique, qui la programme ce vendredi 27 février en amont de la grande collecte de dons du 6 au 8 mars.

En 2025, plus de 7,6 millions de personnes étaient devant leur poste pour cette soirée, l'une des dernières, en dehors du sport, à fédérer toutes les générations devant la télévision. Machine à audience, exposition de nouveaux talents et prodigieux pourvoyeur de fonds : comment le concert annuel de la troupe, créée par Coluche en 1986, continue-t-il à « dépasser le chacun pour soi » ? Explications.

Qui produit les concerts des Enfoirés ?

Concerts au pluriel, car il y a plusieurs représentations : sept cette année, dont l'association des Restos assure seule la fabrication. « *Même si nous avons une confiance totale en TF1 et nos partenaires [la radio publique Ici et la maison de disques Sony Music notamment, ndlr], c'est important que les Restos s'impliquent totalement dans la production. Cela nous assure que le résultat correspond bien à nos attentes et à nos valeurs* », explique le président bénévole, Jean-Michel Richard. Près de quatre cents volontaires de l'association en région parisienne assurent le bon déroulement du spectacle. L'artistique et la mise en scène, eux, sont confiés à la productrice Anne Marcassus, papesse des grands divertissements télévisés avec sa société DMLS TV (*Star academy*, *La chanson secrète*, *La chanson de l'année*, *Le plus grand karaoké de France...*). Directrice artistique bénévole, elle est présente depuis 1992 — à l'époque aux côtés de Jean-Jacques Goldman, qui a quitté l'aventure en 2016. 20 25

Comment la soirée télé des Enfoirés se renouvelle-t-elle ?

Plus qu'une simple captation, le programme est un montage d'un peu moins de trois heures, conservant une partie des chansons et des sketches de la soirée, dont l'organisation évolue au fil des saisons. « *Nous cherchons l'inspiration un peu partout : dans la mode, les spectacles, la publicité, le cinéma...*, détaille Anne Marcassus. *Nous avons changé d'époque : quasiment plus de medleys ; moins de gros décors au profit de grands écrans et de mises en scène plus simples et épurées.* » Le show 2026 laisse aussi une place au symphonique et à des chorales d'enfants : « *Des artistes qui donnent envie qu'on les aime, qui avancent tous d'un même pas avec la même pêche et le même sourire pour la bonne cause. Je pense que ça touche les gens.* » 30 35

Chaque année, la troupe accueille des nouveaux talents, censés lui apporter du sang neuf : en 2026, Helena et Marine de la *Star ac*, mais aussi la chanteuse et vidéaste Styleto ou l'humoriste Jarry. « *Sans Les Enfoirés, l'image de l'association se serait érodée au fil du temps*, assure le président, Jean-Michel Richard. *Les nouveaux talents contribuent à faire durer cette osmose entre le public et les bénévoles et à garantir la pérennité des Restos, alors que la génération Coluche avance en âge.* » Un besoin de visibilité qui colle parfaitement avec le profil de TF1, chaîne populaire par excellence, et qui explique en partie la longue relation entre les deux partenaires. TF1, elle, est le principal moteur du renouvellement des talents avec ses fabriques d'artistes plus ou moins éphémères, par l'intermédiaire de la *Star academy* ou de *The Voice* : sur les cinquante-cinq vedettes présentes sur scène en janvier dernier, dix viennent de ces télé-crochets et sont devenues entre-temps de véritables *pourvoyeuses de tubes*, à l'image de Jenifer, Amir, Claudio Capéo, Jérémy Frerot ou Mentissa. 40 45

Combien rapporte l'événement, et à qui ?

On sait (parce qu'ils le répètent chaque fois que des doutes sont émis) que les artistes ne gagnent rien avec Les Enfoirés. Pour les Restos, le poids total des concerts (billetterie, droits télé, vente de produits dérivés...) a diminué dans leurs revenus, tout en restant significatif. « *Avec l'évolution de nos ressources financières globales, l'ensemble des Enfoirés pèse désormais environ 5 %.* Le montant en valeur reste globalement stable : 15 millions d'euros auxquels il faut retrancher 2 millions de coûts de production, notamment pour les CD, les DVD et les produits dérivés », précise le président bénévole. « *Le partenariat avec TF1 nous permet d'amortir très largement l'opération* », ajoute-t-il — on n'aura pas plus de détail. Avec un repas à 1 euro, ce sont donc 13 millions de petits-déjeuners, déjeuners et dîners qui sont offerts grâce aux Enfoirés. En 2025, l'association en a servi 161 millions. 50 55

Les Enfoirés, ce sont donc aussi des CD et DVD : 265 000, dont 153 000 CD en 2024. « *Ils restent souvent sous blister*, concède Jean-Michel Richard, *mais ceux qui les achètent témoignent ainsi de leur soutien.* » En attendant des produits plus modernes — des « *solutions alternatives* » sont à l'étude pour les prochaines années —, l'association produit ces disques avec l'aide de Columbia 60

Lors du lancement des Restos du cœur en 1986, Coluche s'était offert quatre heures d'antenne en direct sur TF1 pour présenter son association. Après une première tournée en 1989, des émissions unitaires sur Canal+ et Antenne 2, le concert des Enfoirés s'est sédentarisé : c'est un rendez-vous annuel sur TF1 depuis 1992 — sauf trois années sur France 2. La première chaîne offre sa puissance, des espaces publicitaires gratuits et des reportages toute l'année sur les activités des Restos (l'hébergement d'urgence, l'aide à l'insertion professionnelle ou l'accès au droit). Quant aux recettes publicitaires de la soirée télé, leur montant et, encore plus, leur répartition restent un mystère : TF1 se réclame de la confidentialité de l'appel d'offres annuel, devant l'appétit de ses concurrents pour ce rendez-vous. La chaîne profite, au passage, de l'exposition de ses jeunes stars et de l'image positive proposée par ce solide et durable partenariat.

Que se passe-t-il une fois la télé éteinte ?

Enfin, Les Enfoirés restent un indispensable dans la vie des Restos du cœur. « *La pauvreté et la précarité ne refluent pas* », rappelle le président bénévole. Le nombre de bénéficiaires ne fait qu'augmenter, avec 50 % de moins de 25 ans dont 40 % sont des mineurs, 13 % d'étudiants, 12 % de retraités et 8 % de personnes ayant un emploi. « *Nous ne sommes malheureusement pas près de disparaître, et je trouve que c'est un drame absolu* », poursuit-il, pointant du doigt « *l'isolement des personnes en souffrance* ». Une preuve de plus de la nécessité de la présence du tissu associatif en France pour assurer la cohésion sociale. Et, pourquoi pas, en chantant.