

Boulogne, lundi 6 mai 2013

AVRIL 2013 : LE GROUPE TF1, LEADER DE LA TELEVISION AVEC SES 4 CHAINES EN CLAIR

En avril, le groupe TF1 confirme son leadership de la télévision en France et s'inscrit dans une dynamique de progression sur un an, avec 28.6% de part d'audience.



TF1 : 22.6% DE PDA, LA POLITIQUE DE NOUVEAUTE CONTINUE A PORTER SES FRUITS

Stable sur un an, les audiences d'avril récompensent la politique de renouvellement de l'antenne et la création de nouvelles marques programme. TF1 renforce son leadership sur ses principales concurrentes, les devançant respectivement de 12.2 et 9 pts de pda (vs avril 2012).

5 nouveautés, 5 succès

- Avec 7.8m de téléspectateurs et plus de 30% de part d'audience, le lancement de *Jo*, la 1^{ère} série internationale de TF1 réalise le meilleur lancement pour une série le jeudi soir depuis janvier 2010.
- Succès pour *Revenge*, la nouvelle série US de 2^{ème} partie de soirée, avec 3 millions de téléspectateurs, 31% de pda sur les Femmes rda-50.
- Très bon bilan pour la 1^{ère} saison de *Person of interest*, avec jusqu'à 7.5m de tvspec. En moins de 6 mois, c'est la 2^{ème} nouvelle série US à intégrer l'offre de prime time de TF1 après *Unforgettable*.
- Succès pour les formules événementielles de prime time de *Money Drop* et *Vendredi tout est permis* avec respectivement 5,3 et 5,4 millions de téléspectateurs et des performances exceptionnelles pour la spéciale de *Vendredi tout est permis* : 37% de pda sur les Frda-50 et 46% sur les 15-24 ans
- Record pour le lancement de la nouvelle version des *Mystérieuses cités d'or* dans la case TFOU avec plus de 35% sur les 4-10 ans et 1,2 millions de téléspectateurs.

Excellente santé des rendez-vous d'information

- Jusqu'à 8 millions de téléspectateurs pour le journal de 20h,
- Jusqu'à 7,4 millions de téléspectateurs pour le 13h,
- Jusqu'à 4,4 millions de téléspectateurs pour "7 à 8" et 4,9 millions de téléspectateurs pour *Reportages*.

Les programmes emblématiques au rendez-vous

- Succès des formats quotidiens d'humour : jusqu'à 9 millions de téléspectateurs pour "*Après le 20h c'es Canteloup*" et jusqu'à 7,1 millions pour "*Nos chers voisins*".
- La fiction française à la hausse : progression de 200 000 téléspectateurs en moyenne pour la saison inédite de "*Section de Recherches*". Succès de la dernière saison de "*Clem*" qui s'affirme comme la série la plus jeune et féminine du lundi soir, avec 25% de pda sur les Fem rda -50 et 44% sur les Fem 15-24 ans.
- Succès de *The Voice* : jusqu'à 7,8 millions de téléspectateurs (en moyenne 44% de pda) et 49% sur les Fem rda-50 et une résonance très forte sur les réseaux sociaux avec une audience multipliée par 4 sur twitter par rapport à la 1^{ère} saison.



**TMC : 3.4% DE PDA, 5ème CHAÎNE ET LEADER DE LA TNT.
LES RENDEZ-VOUS PHARES DE TMC PERFORMENT AUPRES DU PUBLIC FÉMININ.**

Leader de la TNT et 5^{ème} chaîne nationale, TMC renforce son audience sur le public féminin avec ses feuilletons hebdomadaires inédits, son offre cinéma et séries.

Les feuilletons hebdomadaires de TMC séduisent le public féminin

- TMC 3^{ème} chaîne nationale sur les Femmes rda -50 ans avec la 1^{ère} saison de la nouvelle série "*Sous le Soleil de Saint-Tropez*" et 7,4% de pda. -TMC 5^{ème} chaîne nationale sur les Femmes rda -50 ans, avec la saison 4 inédite des "*Mystères de l'Amour*" et 4.5% de pda.
- TMC 2^{ème} chaîne nationale sur les Femmes rda-50 ans avec "*American Wives*" et 12,1% de pda.

Succès de l'offre de séries policières le week-end sur le public féminin

- TMC 4^{ème} chaîne nationale avec 4.7% de pda pour "*New-York Section Criminelle*" le samedi soir et avec 4.6% pour "*New-York police judiciaire*" le dimanche soir.
- TMC 3^{ème} chaîne nationale avec 6.9% de pda pour "*Close to Home*" le samedi après-midi.

Le cinéma et le divertissement fédérateurs et performants sur le public jeune

- TMC 4^{ème} chaîne nationale sur les moins de 50 ans avec les 2 premiers volets de la trilogie "*Retour vers le futur*", 7.5% de pda et 1.3m de téléspectateurs.
- TMC leader TNT sur les moins de 35 ans le mercredi soir avec son offre de divertissement "*Les 30 histoires*" et "*Les 100 plus grands*" et 4.3% de pda



**NT1 : 2.0% DE PDA,
LE CINÉMA ET LES PROGRAMMES D'ACCESS PLEBISCITES PAR LES JEUNES ADULTES**

En avril, NT1 affirme son positionnement sur les jeunes adultes et performe particulièrement en access. En prime time, NT1 réalise ses meilleures performances grâce à l'offre de cinéma et de séries.

Access : Progression majeure sur les Femmes rda -50 ans et les moins de 35 ans

- Entre 16h30 et 19h (Lundi au Vendredi), NT1 enregistre une progression spectaculaire de +64% sur les Femmes rda -50 ans avec 6.4% de pda, ainsi qu'une hausse de 57% sur les 15-34 ans avec 7.2% de pda.
- La saison inédite des "*Frères Scott*" permet à NT1 d'être 4^{ème} chaîne nationale sur les Femmes rda -50 ans (7.7% de pda) et même 3^{ème} chaîne nationale sur les 15-34 ans (9.1% de pda).

Cinéma, fiction et séries US performants en soirée

- La politique de franchises cinéma porte ses fruits : 1 million de téléspectateurs pour "Jumanji" 6.6% de pda sur les 15-34 et plus de 10% sur les enfants 4-14 ans. 1 million de téléspectateurs pour les 2 premiers volets de la trilogie "X-Men" et 7.9% de pda sur les 15-34 ans.
- "Sœur Thérèse.com" est toujours la fiction française la plus puissante de la TNT en prime time avec jusqu'à 1.1 million de téléspectateurs.
- Avec "Dexter", NT1 poursuit sa progression sur le public féminin et jeune et devient 4^{ème} chaîne nationale sur les Femmes rda -50 ans (6.0% de pda) et les 15-34 ans (6.0% de pda).



**HD1 : 0.6% DE PDA,
LEADER ET PLUS FORTE NOTORIETE DE LA TNT HD**

HD1 poursuit sa montée en puissance sur tous les publics et creuse l'écart avec sa principale concurrente. Son identité visuelle forte et son offre programmes cohérente permettent à HD1 d'être la chaîne à la plus identifiée des 6 nouvelles chaînes.

Progression record et pda x 2 sur les 4+, les Fem rda-50 et les 25-49 ans

- +76% d'audience sur les 4 ans et plus et 0.6% de pda
- +86% sur les Fem rda-50 ans et 0.8% de pda.
- +64% sur les 25-49 ans et 0.6% de pda

La plus forte notoriété des 6 nouvelles chaînes

34% de taux de notoriété pour HD1 et jusqu'à 36% sur les CSP+ et même 43% sur les moins de 50 ans en moins de 6 mois d'existence.

Le Top des programmes

- La meilleure audience du mois avec le film "Code Mercury" (332 000 téléspectateurs)
- Très beaux scores pour les grandes marques de fiction françaises diffusées pour la 1^{ère} fois sur la TNT : jusqu'à 264 000 téléspectateurs pour "RIS, Police scientifique" et 170 000 téléspectateurs pour "Julie Lescaut".

Source : Médiamétrie - Mediamat - Données : avril 2013.

Soirée : 20h45-00h30

Frda-50 : Femmes responsables des achats de moins de 50 ans.

Contacts presse :

Virginie DUVAL 01 41 41 29 59 - vduval@tf1.fr
Maylis CARCABAL 01 41 41 49 23 - mcarcabal@tf1.fr

Virginie Duval - vduval@tf1.fr

Toute l'actualité du Groupe TF1
sur <http://www.groupe-tf1.fr/>

More information about TF1 Group
on <http://www.groupe-tf1.fr/en/>