

Boulogne, June 11, 2012

AUDIENCE FIGURES IN MAY 2012 : TF1 EXTENDS ITS LEAD

TF1 reported a 22.9% audience share in May, up 0.3 points* on April. It drew an average 6.5 million TV viewers in the evening and increased its prime-time audience by 200,000 viewers year on year. The same trend applied in the post prime-time slot, where TF1 has also gained 200,000 more viewers.

Strong on prime-time entertainment

The Voice confirmed its success with 7.7 million viewers for the final, with a 34% market share of 4 and overs, 44% of women under 50 purchasing-decision makers (PDM) and 45% of 15-34 year olds. *Koh Lanta - la revanche des héros* drew as many as 7.6 million viewers, with 9 million people tuning in to find out the winner (for the final: 35% share of 4 and overs, 43% of women under 50 PDM).

The launch of *Secret Story* obtained strong ratings with women and young adults, attracting 4.1 million viewers (20% of 4 and overs, 32% of women under 50 PDM and 49% of 15-24 year olds).

Success in prime-access game shows

The Les 12 coups de midi game show, celebrating its second birthday in June, attracted 3.5 million viewers in May for a 30% share. *Money Drop* drew as many as 5.1 million viewers and averaged 4.4 million (24% / 26%)

Back on the air, *Secret Story* was watched by 2.3 million people. Audience share for the first week was 33% of women under 50 PDM and 36% of 15-34 year olds, an increase on last season.

Excellent football scores

The Champions League final scored the top audience figure by attracting 6.2 million TV viewers, for a 29% share of the audience and 42% of men between 15 and 49. Some 7.5 million viewers tuned in at the end of the match to see Chelsea take the title.

Surge in French football team audiences ahead of Euro 2012

Some 5.7 million viewers watched the France-Iceland match on 27 May, for a 26% share of the market and 42% of men between 15 and 49. The France-Serbia game brought together 6.4 million people, taking 26% of the 4 and-over demographic and 36% of men between 15 and 49. The last pre-Euro 2012 match against Estonia drew 6.7 million viewers, or 27% of 4 and overs and 42% of men between 15 and 49 - the highest ratings for a French team friendly since France-Croatia in March 2011.

Strong news show audiences

The 8 o'clock news programme scored strong audiences in May, peaking at 8.7 million viewers, for a 33% share

The 1 o'clock news show is as strong as ever, with up to 7.8 million viewers, for a 42% share.

French drama ratings increase

Vive la colo, the new series with Virginie Hocq, Julien Boisselier and Titoff, scored the second-highest audience share with women under 50 PDM for a TV series this season (6.4 million / 24% / 27%).

Joséphine ange gardien obtained its highest audience share since April 2011 (6.8 million / 26% / 25%).

Section de recherches confirmed its success with a high of 7.6 million viewers and an average 6.4 million for the new season, taking a 26% share of the 4-and-over segment.

Also of note was the strong performance of the film *The Proposal*, with 8.2 million TV viewers.

* Source: Médiamétrie - Mediamat - May 2012

Press contact

Maylis Carcabal: + 33 (0)1 4141 4923 - + 33 (0)6 6359 8705

Boulogne, le 11 juin 2012

AUDIENCES MAI 2012 : TF1 LEADER EN PROGRESSION

Au mois de mai, TF1 enregistre une progression de +0.3pt (*) de sa part d'audience vs avril, pour s'établir à 22.9%. Avec 6.5 millions de téléspectateurs en moyenne, TF1 est également en progression en soirée et gagne 200 000 téléspectateurs en prime time sur un an. La chaîne suit la même tendance en 2^e partie de soirée, tranche sur laquelle TF1 gagne également 200 000 téléspectateurs.

Les divertissements en soirée particulièrement fédérateurs

The Voice confirme son succès avec 7,7m de téléspectateurs pour la finale (34% de pda sur les 4 ans et plus / 44% sur les Femmes de moins de 50 ans RDA (**)) et 45% sur les 15-34 ans).

Koh Lanta - la revanche des héros a rassemblé jusqu'à 7,6m de téléspectateurs et s'est achevé devant près de 9m de téléspectateurs pour la révélation du gagnant (la Finale à 32% de pda sur les 4+ / 43% sur les Femmes de moins de 50 ans RDA).

Leader, le lancement de *Secret story* s'est montré particulièrement performant sur le public féminin et les jeunes adultes (4,1m de téléspectateurs / 20% de pda sur les 4 ans et plus / 32% sur les Femmes de moins de 50 ans RDA et 49% sur les 15-24 ans).

Les jeux d'access très performants

Les 12 coups de midi à 3,5m et 30% de pda. Le jeu fêtera ses 2 ans d'antenne fin juin.

Money drop jusqu'à 5,1m de téléspectateurs et 4,4m en moyenne (24% / 26%)

Le retour de *Secret story* à 2.3m de téléspectateurs, 33% sur les femmes de moins de 50 ans RDA et 36% sur les 15-34 ans, soit une 1^{ère} semaine en hausse sur ces publics par rapport à la précédente édition.

De très belles performances pour le foot

La finale de la Ligue des Champions s'est placée en tête des audiences en rassemblant 6,2 millions de téléspectateurs, soit 29% de part d'audience et 42% de pda sur les Hom 15-49 ans. En fin de rencontre, 7,5 millions de téléspectateurs étaient réunis devant leurs écrans pour assister à la victoire de *Chelsea*.

La montée en puissance des Bleus avant l'UEFA EURO 2012

France-Islande, le dimanche 27 mai, a rassemblé 5,7 millions de téléspectateurs, soit 26% de part d'audience et 42% sur les Hommes 15-49 ans. Le match FRANCE / SERBIE a rassemblé 6,4 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 26% sur les individus 4 ans et plus et, 36% sur la cible des hommes 15-49 ans. Le dernier match - Estonie a rassemblé 6,7 millions de téléspectateurs soit 27% de pda sur les individus 4 ans et plus et 42% sur les hommes 15-49 ans. **Il s'agit de la meilleure audience pour un match amical de l'Equipe de France depuis mars 2011** (France/Croatie).

Les rendez-vous d'information très suivis

Le JT de 20 largement suivi, enregistre sa meilleure audience avec 8,7m de téléspectateurs. (et 33% de PdA). *Le JT de 13h* est toujours très puissant avec jusqu'à 7,8m de téléspectateurs (et 42% de PdA).

La fiction française en hausse

Vive la colo, la nouvelle série avec Virginie Hocq, Julien Boisselier et Titoff réalise la 2^{ème} meilleure PdA Femmes de moins de 50 ans RDA pour une série cette saison (à 6,4m / 24% / 27%).

Joséphine ange gardien, les meilleures PdA de la série depuis avril 2011 (à 6,8m / 26% / 25%).
Section de recherches confirme son succès avec jusqu'à 7,6m de téléspectateurs et 6,4m de téléspectateurs en moyenne pour cette saison inédite (26% de pda sur les individus 4 ans et plus).

A noter également : Les très belles performances du film *La proposition* à 8,2m de téléspectateurs.

(*) Source : Médiamétrie - Mediamat - mai 2012

(**) RDA : Responsable des Achats

Contact presse : Maylis CARCABAL 0141414923 - 0663598705

TF1 - DIRECTION DE LA COMMUNICATION

Contacts presse : Virginie Duval

Responsable communication Corporate 01 41 41 29 59 06 63 59 45 22 vduval@tf1.fr **Assistante:** Francine Roslonski 01 41 41 27 26 froslonski@tf1.fr

Retrouvez toutes les infos sur les programmes
sur le portail de TF1 pour les professionnels des médias
<http://www.tf1pro.com>

ON SE RETROUVE TOUS SUR 
