



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne, le 02 janvier 2017



**Le déploiement de sa stratégie multi-chaînes depuis septembre 2016 permet au Groupe TF1 (les chaînes TF1, TMC, NT1, HD1, LCI) d'être le groupe audiovisuel leader en France avec 28.4% de pda sur l'ensemble de la population et 33.7% de pda Frda-50 au dernier quadrimestre.**

Le Groupe TF1 devient leader de la télévision en France et réalise la plus forte progression de la TV sur le dernier quadrimestre (+1.6 pt vs janv-août sur les 4+), une progression encore plus marquée sur la cible commerciale de référence (+2.7 pts sur les Frda-50).

Chaque soir, le groupe rassemble en moyenne 7.1m de tvsp en prime time (29% de pda) et 37% sur les Frda-50. En moyenne sur l'année, le Groupe TF1 réalise 27.4% de pda 4+ et le groupe leader sur les Frda-50 avec 32.1% de pda.

Le pôle TNT (TMC, NT1, HD1 et LCI) réalise un dernier quadrimestre record à 7.9% de pda, 11.1% sur les Frda-50 et 9.7% sur les 25-49 ans lui permettant de devenir la 3<sup>e</sup> offre de télévision sur les cibles publicitaires clés.

La plateforme digitale du groupe MYTF1 réalise plus de 100 millions de vidéos vues par mois sur l'année.

Pour Gilles Pélisson, Président Directeur général du groupe : « *La stratégie multi-chaînes déployée depuis septembre 2016 permet au groupe TF1 de proposer aux téléspectateurs une offre de chaînes aux promesses différenciées et complémentaires. Au-delà du football, la chaîne TF1 a une nouvelle fois rassemblé tous les publics autour de ses grands divertissements, des JT, des grands films du dimanche soir, des séries américaines ou de la fiction française. Je suis très heureux des relances réussies de TMC et de LCI et des performances réalisées par NT1 et HD1. Concernant notre offre digitale, des dispositifs multi-écrans innovants ont été mis en œuvre pour répondre aux nouvelles attentes du public. Enfin, je remercie toutes les équipes du Groupe pour le formidable travail réalisé cette année et le public pour sa fidélité* ».

**TF1 : une position de leader unique : 90 des 100 meilleures audiences 2016 – 20.4% de pda, 22.4% sur les Frda-50**

**TMC : leader TNT au dernier quadrimestre avec 3.3%**

**NT1 : forte progression sur cibles publicitaires avec 3.5% de pda sur Frda-50 (+0.3 pt en un an)**

**HD1 : leader TNT 2<sup>e</sup> génération avec 1.8% et plus forte progression de la TV en 2016 (+0.6 pt en un an)**

**LCI : une relance réussie avec une audience doublée depuis la rentrée**



## UNE POSITION UNIQUE

TF1 réalise 90 des meilleures audiences de l'année. Tous les genres de programmes y sont représentés, réaffirmant le caractère généraliste, événementiel et populaire de TF1.

La chaîne est également largement leader de la télévision avec 20.4% de pda sur l'année et 22.4% sur les Frda-50. Sur ce public, l'écart se creuse depuis septembre avec un différentiel d'audience de près de 30% sur les Frda-50 vs son challenger (moy sept-déc vs janv-août).

### Fictions Françaises :

36 fictions intègrent le top 100 de l'année, meilleure performance depuis 2006.

Les succès de la fiction française de TF1 sont portés à la fois par des mini-séries et films unitaires événementiels (Le secret d'Elise 8.4m tvsp, Sam 8.3m tvsp, La Vengeance aux yeux clairs 7.5m tvsp) et ses grandes marques emblématiques (Section de recherches 7.9m tvsp, Profilage 7.3m tvsp, Alice Nevers et Clem 6.4m tvsp).

### Information :

Large leadership des JT et des magazines confirmés : jusqu'à 7.4m de tvsp pour le 13h, jusqu'à 8m de tvsp pour le 20h, jusqu'à 5.1m pour Reportages et 4.6m pour Sept à Huit.

L'information de TF1 s'est fortement inscrite dans le débat citoyen :

35 personnalités politiques ont été invitées sur l'année 2016 dans le cadre des JT

Vie Politique a vu son audience croître de plus de 40% entre son lancement et sa dernière diffusion avec Emmanuel Macron.

Le 1<sup>er</sup> débat des primaires a rassemblé 5,7m tvsp 26% de pda, réalisant ainsi la meilleure audience pour une émission politique sur l'année.

### Sport :

TF1 a été le principal diffuseur en clair de l'Euro, avec 21 matchs, dont 4 matchs de l'équipe de France parmi lesquels le match d'ouverture (14.5m tvsp), le 1/8 de finale des bleus (11.8m tvsp) et leur dernière victoire en 1/2 devant 19.3m tvsp.

9 matchs de l'Euro diffusés sur TF1 intègrent le top 100 2016.

Sur l'année, TF1 réalise des performances exceptionnelles grâce au football, avec la diffusion de 14 matchs de football de l'équipe de France devant en moyenne 8.6m tvsp.

### Divertissement :

Les programmes de divertissement représentent 29 des 100 meilleures audiences de l'année.

Les Enfoirés avec 11.6m tvsp réalisent la meilleure audience de l'année hors Euro.

C'est Canteloup (jusqu'à 8.5m tvsp), The Voice (8.1m tvsp). Miss France (7.6m tvsp) et Koh Lanta (7.4m tvsp) complètent le top.

A la mi-journée, Les 12 coups de midi réalise une année record historique avec jusqu'à 4,7m tvsp et 40% de pda.

Entre 18 et 21h, TF1 est leader en access tant sur l'ensemble du public que sur la cible des Frda-50 avec 20,6% de pda et 19.6% sur les Frda-50. A 19h, Money Drop rassemble jusqu'à 4.3m de tvsp.

### Cinéma :

Ciné Dimanche confirme son exceptionnel succès avec notamment la diffusion des films coproduits par TF1 :

Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ? meilleure audience cinéma de l'année avec 10.8m tvsp, Les Tuche : 8.8m tvsp et Eyjafjallajökull : 7.6m tvsp. Sur l'année, la case cinéma de TF1 place 6 films dans le Top 100.



## LA TRANSFORMATION EDITORIALE PERMET A LA CHAINE DE DEVENIR LEADER DE LA TNT EN MOINS DE 2 MOIS

Le rebranding total de TMC (nouvelle ligne éditoriale, nouveaux programmes, nouvelle identité visuelle) permet à la chaîne de devenir leader de la TNT en à peine 2 mois, et de réaliser 3.3% de pda au dernier quadrimestre.

- Quotidien présenté par Yann Barthès, entouré de nouveaux visages plébiscités par un jeune public, a rassemblé jusqu'à 1.5m tvsp et s'est imposé comme le programme d'access leader de la TNT sur les ICSP+ avec jusqu'à 15% de pda.
- Le match de l'Euro Angleterre-Slovaquie (3.5m tvsp, 14.8% de pda) a offert à TMC son record d'audience historique. Le documentaire exceptionnel et inédit Au cœur des Bleus a, quant à lui, rassemblé 1.1m tvsp.
- Le cinéma a offert à la chaîne parmi ses meilleures audiences : 2.3m tvsp pour Les Visiteurs 2, 1.9m tvsp pour Expendables 2, 1.7m tvsp pour Les Profs.
- Les séries ont affiché jusqu'à 1,4m de tvsp pour Gotham et les franchises TF1 exposées pour la 1<sup>ère</sup> fois sur la TNT ont rassemblé jusqu'à 1,3m tvsp pour Profilage et 1,2m pour Les Experts Miami.
- Le feuilleton Les Mystères de l'amour a réalisé son record d'audience avec 1.2m tvsp.



## UNE NOUVELLE ANNEE EN HAUSSE POUR LA CHAINE DE PUR DIVERTISSEMENT DU GROUPE

NT1 réalise également une année en progression sur ses cibles clés : +0.3 pt de pda sur les Frda-50 pour atteindre 3.5% de pda et +0.6 pt de pda sur les 15-24 pour atteindre 4.2% de pda

- A la rentrée, Secret Story 10 a permis à NT1 de s'imposer comme la 1<sup>ère</sup> chaîne de la TNT sur les 15-24 et de progresser très fortement sur le public féminin. L'émission a fédéré jusqu'à 1m tvsp et réalisé jusqu'à 29% de pda sur les 15-24 et 13% sur les Frda-50. Pendant toute sa diffusion, NT1 est devenue la 1<sup>ère</sup> chaîne de la TNT sur les 15-24 ans.
- Dans la continuité, La villa des cœurs brisés s'est imposée en access en réunissant jusqu'à 0.7m tvsp, 10% sur les Frda-50 et 21% sur les 15-24 ans.
- NT1 bénéficie également d'une offre cinéma performante sur un public féminin et jeune : MIB 3 (1.7m tvsp) et La proposition (1.2m tvsp).



## LA PLUS FORTE PROGRESSION DE LA TELEVISION EN 2016 ET LEADER DE LA TNT 2EME GENERATION

La chaîne cinéma/fiction du groupe réalise une année record la plus forte progression de la TV en 2016 (+0.6 pt de pda) et prend le leadership de la TNT 2<sup>e</sup> génération avec 1.8% de pda.

- La stratégie mise en œuvre autour de l'exposition des programmes phares de TF1 sur HD1 lui confère un caractère événementiel et permet aux œuvres diffusées de trouver un nouveau public. HD1 détient ainsi le record d'audience de la TNT HD avec Section de Recherches (1.2m tvsp) ou Alice Nevers (0.9m tvsp).
- L'offre cinéma de la chaîne lui permet de réaliser également parmi ses meilleures audiences : 1m tvsp avec Jurassic Park III et 0,9m tvsp avec La Vengeance dans la peau.



## UNE FORTE DYNAMIQUE ET UNE AUDIENCE DOUBLEE DEPUIS LA RENTREE

La relance de LCI le 29 août (nouvelle grille, nouveaux RDV, nouveaux visages, nouveaux studios) permet à la chaîne de réaliser une forte progression et atteindre 0.5% de pda au dernier quadrimestre.

- 24 heures en questions contribue fortement à cette performance, avec jusqu'à 320 000 tvsp (1.8% de pda), tout comme LCI Matin (jusqu'à 138 000 tvsp et 3.6% de pda).
- Le record historique de la chaîne est atteint lors des élections présidentielles des USA avec 1.2% de pda sur la journée.
- Le 1<sup>er</sup> débat des Primaires permet à LCI de réaliser parmi ses meilleures performances avec l'after (275 000 tvsp 3.1% de pda) et l'intervention parodique de Nicolas Canteloup (jusqu'à 406 000 tvsp).
- La Médiasphère (jusqu'à 101 000 tvsp, 2.7% de pda) et LCI&Vous (jusqu'à 147 000 tvsp, 3.1% de pda) contribuent également à la forte dynamique de LCI.

## DES DISPOSITIFS INNOVANTS QUI MAXIMISENT L'EXPOSITION DES ŒUVRES ET DES EVENEMENTS

- Bénéficiant, d'une avant-première gratuite sur mytf1, d'une double exposition TV sur TF1 et HD1, ainsi que du replay, le 1<sup>er</sup> épisode de La vengeance aux yeux clairs a été vu par 8.3m tvsp. Un dispositif de Binge watching de l'intégralité de la saga a également généré 160 000 séances de VOD.
- Dans le domaine de l'information, la double diffusion du 1<sup>er</sup> débat des primaires sur TF1 et LCI a permis à ce dernier de toucher 5.9m tvsp au total.
- Enfin, les contenus de TF1 les plus regardés en TV le sont aussi sur le digital : Le secret d'Elise (1.7m tvsp suppl. en moy.), Grey's anatomy, Clem et Sam (1m tvsp suppl. en moy.), Après moi le bonheur et Coup de foudre à Jaïpur (900 000 tvsp supplémentaires en moy.), Blindspot, Koh Lanta et La main du mal (800 000 tvsp suppl. en moy.) figurent dans le top du replay de l'année.  
Au global, 1.2 milliards de vidéos ont été consommées sur MYTF1.

### GROUPE TF1

DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE - Virginie Duval - [vduval@tf1.fr](mailto:vduval@tf1.fr)  
DIRECTION DE LA COMMUNICATION PROGRAMMES – Maylis Carçabal – [mcarcabal@tf1.fr](mailto:mcarcabal@tf1.fr)

@GroupeTF1

