

Boulogne-Billancourt, Mardi 19 mai 2015



MYTF1 DEVIENT LA MARQUE DIGITALE UNIQUE DES 4 CHAINES EN CLAIR DU GROUPE TF1 ET VA PLUS LOIN DANS SON OFFRE DE CONTENUS EXCLUSIFS



A partir du **mardi 26 mai**, MYTF1 fait peau neuve et propose une offre totalement repensée au service de l'internaute. La plateforme digitale fait désormais rayonner sur tous les écrans l'ensemble des contenus premium des chaînes gratuites du groupe (TF1, TMC, NT1, HD1), va plus loin en offrant des contenus inédits en télévision et donne toujours accès aux contenus payants avec MYTF1VOD. Grâce à la puissance des grandes marques programmes installées (*Danse avec les Stars*, *BlackList...*), d'autres contenus à forte valeur ajoutée (*Got to Dance*, *Downtown Abbey ...*) bénéficieront d'un carrefour d'audience exceptionnel. En plus d'un line-up programmes événementiel, le nouveau MYTF1 intègre les dernières innovations technologiques afin de répondre aux attentes d'un public toujours plus connecté, et proposer aux annonceurs-partenaires l'écran le mieux adapté à leurs campagnes.

UN CATALOGUE PREMIUM, COMPLET ET AMPLIFIÉ DE CONTENUS EXCLUSIFS AU DELÀ DES ANTENNES

Riche de **plus de 1500 heures de replay et de plus de 160 marques programmes par mois**** (soit un nombre de programme doublé grâce à l'intégration des chaînes TNT gratuites du groupe), MYTF1 propose une offre de contenus premium, plébiscitée chaque jour par 33 millions de téléspectateurs. Ce large catalogue (*The Voice*, *Koh-Lanta*, *Confessions Intimes*, *Secret Story*, *Super Nanny*, *Mentalist*, *Walking Dead*, *Pep's*, les *JTs...*) permet une organisation des programmes par antenne, mais aussi par genre et marque programme sans distinction de chaînes. Chaque programme bénéficie également d'un enrichissement éditorial complet (bonus vidéos, news, photos, fiches personnalités...).

Avec la **poursuite de lecture**, les vidéos s'enchaînent automatiquement. L'internaute profite sans aucune action des vidéos recommandées sur une même thématique ou au sein d'un même programme, dès la fin de la vidéo en cours. Vous aimez *The Voice* ? Vous apprécierez sûrement *Got to Dance* ! MYTF1 propose une **recommandation optimisée** pour une offre exclusive, exhaustive et premium.

La **rubrique Direct** permet un accès en un clic au live des 4 chaînes, ainsi qu'une interaction avec les émissions, notamment lors des programmes événementiels (MasterChef, Secret Story, Coupe du monde de Rugby...).

MYTF1 Xtra complétera le catalogue de MYTF1, **avec des contenus 100% digitaux** sur des thématiques en affinité avec les cibles publicitaires de MYTF1 (notamment au travers du catalogue de Finder Studios, 1^{er} MCN - Multi Channel Network - sur la thématique beauté) et des contenus complémentaires avec l'offre de MYTF1.

UNE EXPERIENCE PLUS NOMADE, HOMOGENE ET SIMPLIFIEE AVEC LA TECHNOLOGIE « RESPONSIVE »

MYTF1 devient la première plateforme de chaîne de TV française à proposer **une expérience web « responsive »**. Une innovation qui permet à la page web de s'adapter à l'écran sur laquelle elle est lue. Le responsive déploie les plus récentes technologies (HTML 5, CCS 3...) permettant d'offrir au visiteur un grand confort de lecture et de navigation. L'internaute peut profiter de MYTF1 avec le même confort visuel, sur tous les écrans (ordinateurs, smartphones, tablettes...). Le design est épuré, faisant la part-belle à l'image (photo et vidéo) pour une immersion totale.



ADAPTATION ET PERSONNALISATION

Parce que les Français consomment les medias sur différents écrans suivant les circonstances, MYTF1 innove et propose le **« mini player »**, grâce auquel l'internaute peut poursuivre sa navigation au sein de la plateforme, tout en continuant la lecture d'une vidéo dans une fenêtre dédiée. Il n'a jamais été aussi facile de visionner un replay tout en enrichissant son expérience avec des news, des biographies ou des diaporamas...

Et avec **la reprise de lecture**, le visionnage d'un contenu débuté sur un écran, peut être repris plus tard sur d'autres écrans au moment précis où il a été interrompu.

La **mise en favori** permet à chacun de suivre un ou plusieurs programmes et d'être alerté de la mise en ligne de contenus nouveaux. Grâce à cette nouvelle fonctionnalité de personnalisation, impossible de manquer la publication d'un replay ou d'une nouvelle vidéo exclusive.

MYTF1, UN ECRIN POUR LES NOUVEAUX ENJEUX DES ANNONCEURS

Grâce à des contenus 100% premium et très identifiés, MYTF1 offre aux marques un contexte puissant et engageant. Avec 16 millions de visiteurs uniques chaque mois à travers les 4 écrans, MYTF1 représente un carrefour d'audience et en forte affinité sur toutes les cibles. Le « responsive design » permet de maximiser la visibilité des spots grâce à de nouveaux formats publicitaires premium (habillage de l'IPTV, zone d'exposition élargie, chaînes de marques 2.0...).

Dans ce contexte de qualité, MYTF1 offre aussi aux annonceurs un environnement brandsafety : les marques sont naturellement insérées dans des univers programmes compatibles avec leurs valeurs. MYTF1 offre aussi l'assurance d'être vu et fait bénéficier tous ses partenaires du taux de complétion* le plus puissant du marché (93%). Pour garantir un tel niveau de visibilité, MYTF1 ne diffuse les spots que si l'onglet est actif et la vidéo visible à l'écran.

Régis Ravanas, Président d'eTF1, TF1 Entreprises, TF1 Vidéo et Téléshopping ajoute « *Le digital est un axe majeur de développement pour le groupe TF1 et nous multiplions des initiatives structurantes dans le domaine de la vidéo premium en gratuit comme en payant. Après les lancements récents de l'offre SVOD jeunesse TFOU Max et du e-cinéma sur notre plateforme payante MYTF1VOD, nous franchissons une nouvelle étape dans notre déploiement numérique avec le nouveau MYTF1 qui réunit l'offre des 4 chaînes gratuites du groupe. MYTF1 devient ainsi le premier HUB vidéo premium français.* »

Olivier Abecassis, Directeur Général d'eTF1 précise « *Avec ce renouveau et grâce aux dernières technologies déployées, MYTF1 propose plus de 1500 heures de replay** de contenus premium à ses publics avec une expérience simple et unique. Précurseur sur la consommation vidéo online, la social TV et l'interactivité, MYTF1 assoie ainsi son leadership parmi les medias français.* »

Laurent Eric Le Lay, Président de TF1 Publicité déclare : « *Parce que nos annonceurs méritent la meilleure exposition, le nouveau MYTF1 offre aux marques des opportunités uniques. Nous répondons aux objectifs marketing prioritaires de nos partenaires : faire évoluer les marques dans un environnement brandsafety premium et leur offrir une visibilité maximale combinée au taux de complétion le plus élevé du marché.* »

* taux de complétion : Le taux de complétion d'une vidéo publicitaire désigne la part des individus exposés à une vidéo publicitaire qui la visualisent jusqu'au bout.

**volume moyen

Les chiffres de clés MYTF1 (périmètre MYTF1, HD1, TMC, NT1, MYTF1News, Tfou ; ordinateur, mobile, tablette, IP TV) :

IPTV : 9,1 M de V.U./mois et plus d'1h de temps passé par jour et par utilisateur devant le replay sur la TV

(Médiamétrie / panel Médiamat / avril 2015 / 4 ans et +)

WEB : 7 M V.U./mois et 1h45mn de temps passé par mois et par individu devant le replay sur l'ordinateur

(Médiamétrie NetRatings / panel fixe / mars 2015 / 2 ans et +)

MOBILE : 2,7 M V.U./mois (Médiamétrie / panel mobile / février 2015 / 11 ans et +)

TABLETTE : 3,4 M V.U./mois (Médiamétrie / panel tablette / janvier 2015 / 15 ans et +)

Plus de 3 M de vidéos vues par jour en moyenne (Médiamétrie eStat, AT Internet, opérateurs télécom / T1 2015)

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

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