

Boulogne-Billancourt, le 31 mars 2014

AUDIENCES MARS 2014
23.4% de pda :
Plus forte hausse de la télévision sur un mois avec +0.9 pt vs février

1/ TF1 est la seule chaîne à avoir rassemblé plus de 10 millions de téléspectateurs avec ses programmes depuis le début de l'année

13m de téléspectateurs (53% de pda) et 80% de part de voix sur twitter, le grand rendez-vous annuel des **Restos du cœur** réalise le record d'audience de l'année et la 3ème meilleure audience depuis leur création.

11.5m de téléspectateurs (41% de pda) pour la nouvelle diffusion de **Bienvenue chez les Ch'tis**, meilleure audience cinéma de l'année et meilleure audience cinéma depuis la 1ère diffusion du film en novembre 2010.

2/ C'est Canteloup au plus haut

Porté par une actualité forte, le rendez-vous quotidien d'humour enregistre un mois record avec 7.8m de téléspectateurs en moyenne (29% de pda) et une audience record à 8.7m de téléspectateurs.

3/ Sport : record pour un match amical pour France - Pays-Bas

7.6m de téléspectateurs (31% de pda) devant la victoire des Bleus de Didier Deschamps, 47% de pda sur les Hom 15-49 ans et un record de 68% sur les Hom 15-24 ans.

4/ Saison record pour Section de Recherches

La saison inédite rassemble en moyenne 6.8m de téléspectateurs (29% de pda), soit 200 000 téléspectateurs supplémentaires vs saison précédente et a enregistré un record d'audience à 7.5m de téléspectateurs.

5/ 8m de téléspectateurs en moyenne pour la saison 3 de The Voice

Lancée il y a 12 semaines, The Voice confirme sa position de grand show familial et rassemble en moyenne 8m de téléspectateurs (35% de pda), 49% sur les Fem rda-50, 54% sur les 15-24 ans et 50% sur les enfants.

6/ Plusieurs records pour l'information de TF1 qui reprend le leadership sur les soirées électorales

Jusqu'à 8m de téléspectateurs pour le **JT de 20H**.

Jusqu'à 7m de téléspectateurs pour le **JT de 13H**.

TF1 est également arrivé en tête des **2 soirées électorales Municipales 2014** avec 5m de téléspectateurs sur le 2ème tour, en hausse de 600 000 téléspectateurs vs le 1er tour.

7/ Le nouvel access renforce son leadership et progresse sur le public féminin

Depuis le 3 mars, TF1 a modifié son access pour proposer à partir de 17h, 4 mariages pour une lune de miel et Bienvenue chez nous, suivi à 19h de Money Drop.

4 mariages pour une lune de miel rassemble en moyenne 1.7m de téléspectateurs et 29% de pda sur les Fem rda+enfants, en hausse de 3 pts sur ce public.

Bienvenue chez nous rassemble en moyenne 2.7m de téléspectateurs et 28% de pda sur les Fem rda+enfants, en hausse de 3 pts sur ce public.

Money Drop rassemble 4.8m de téléspectateurs et 29% de pda sur les Fem rda+enfants, également en hausse de 3 pts sur ce public.

Contacts Presse

**Alexandre PETIT : 01 41 41 12 21 - apetit@tf1.fr
Maylis CARCABAL : 01 41 41 49 23 - mcarcabal@tf1.fr**

Source: madiamat / Médiamétrie

**GRUPE TF1 - DIRECTION DE LA COMMUNICATION CORPORATE
TF1 GROUP - CORPORATE COMMUNICATIONS DIVISION**

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/>