

Boulogne-Billancourt, le 11 mai 2015

GROUPE TF1
Audiences mensuelles avril 2015 :
27.8% de PdA 4+ et 32.2% sur les Frda-50 pour les 4 chaînes en clair

La politique de complémentarité éditoriale des 4 chaînes gratuites porte ses fruits, avec une progression de TMC, NT1 et HD1, ces 2 dernières réalisant en avril des records historiques : NT1 record historique sur les Frda-50 avec 3.2% de PdA et HD1 record historique sur les 4+ avec 1.2% de PdA et les Frda-50, 1.9% de PdA.

Cette stratégie est particulièrement porteuse sur les grands carrefours d'audience qui représentent 65% de la consommation TV.

Ainsi, **entre 12 et 14h, TF1, TMC, NT1 et HD1 fédèrent 40% du public. Entre 18 et 24h, les 4 chaînes en clair fédèrent 28% du public et réalisent 34% de PdA sur le public féminin.**

En access, TF1 s'adresse à un public large avec ses programmes de flux. TMC, NT1 et HD1 ciblent avec succès le public féminin

L'addition s'il vous plait a signé deux nouveaux records depuis son retour à l'antenne avec 20% de PdA et 22% de PdA sur les femmes de moins de 50 ans RdA.

Bienvenue au camping a également enregistré un double record depuis son retour à l'antenne avec 21% de PdA et 23% de PdA sur les femmes de moins de 50 ans RdA.

De retour à 19h depuis le 13 avril, **Money Drop** rassemble jusqu'à 3.8m de tvsp et plus largement, a permis à la case de gagner 100 000 tvsp et 2 pts de PdA.

Le JT de 20H est largement suivi et stable vs mars, rassemblant jusqu'à 6.9m de tvsp. A noter que **le JT de 13h** a quant à lui fédéré jusqu'à 6.6m de tvsp, **Grands Reportages** jusqu'à 4.4m et **Sept à Huit** jusqu'à 4.1m de tvsp.

Depuis janvier, TMC, NT1 et HD1 ont recomposé leur offre en access et s'adressent à des publics complémentaires de TF1 :
Sur TMC, **Monk** rassemble jusqu'à 700 000 tvsp, en semaine quand **Les mystères de l'amour** rassemble jusqu'à 800 000 tvsp le week-end.

Sur NT1, **Grey's anatomy** séduit un public féminin et réalise 7.2% de PdA sur les Frda-50.

Sur HD1, **Urgences**, suivi de **American Wives** séduisent également le public féminin avec respectivement 5% de PdA et 3% sur les Frda-50.

En soirée, TF1 seule chaîne à rassembler plus de 7m de tvsp, progresse sur le public féminin; TMC, NT1 et HD1 réalisent des mois records.



30 millions de tvsp au total pour la dernière saison de **The Voice**, une finale en hausse vs saison 3.
Meilleur lancement pour une série US depuis 2012 pour **Forever** : 7.9m de tvsp pour l'épisode de lancement et meilleure audience du mois.

Saison record pour **Clem** qui gagne 1m de tvsp en 1 mois et s'achève sur un record à 7.7m

Retour gagnant pour **Koh Lanta** avec 6.7m de tvsp

Ciné Dimanche confirme sa position de rendez-vous cinéma incontournable du dimanche soir avec notamment : **Battleship** inédit à 6,4m de tvsp (et 34% de PdA sur les Frda-50 ans).



TMC

En soirée, TMC réalise la plus forte progression du mois sur les Frda-50 : +0.5 pt et 4.3% de PdA.

La chaîne enregistre également une forte progression sur les 25-49 ans : +0.2 pt et 5.5% de PdA.

La chaîne tire ses résultats d'une programmation résolument familiale qui a rencontré son public : jusqu'à 1.5m de tvsp pour **Le monde de Narnia 2** ; 1.3m de tvsp pour le documentaire exclusif consacré aux coulisses du **Zoo de Beauval** à 1.3m de tvsp, ou encore des franchises US comme **Les Experts Miami** (jusqu'à 1m de tvsp).



NT1

L'offre cinéma cartonne sur le public féminin et les jeunes, avec notamment la trilogie **MIB** qui a rassemblé jusqu'à 1.5m de tvsp , 7.8% de PdA sur les Frda-50 et 10% sur les 15-34.

L'offre magazine de la chaîne s'impose progressivement sur le public féminin, en particulier **Baby Boom** (3.6% de PdA sur les Frda-50), ainsi que sur le public jeune, en particulier **Pascal le grand frère** (4.3% de PdA sur les 15-34).

L'offre de séries US cible avec succès un public féminin et jeune : en soirée les séries inédites **Grimm** et **True Blood** permettent ainsi à NT1 de rassembler respectivement 3.5% et 5.4% des Femmes 15-34.



HD1

La chaîne est leader de la TNT HD en soirée avec 358 000 tvsp en moyenne en prime time.

La chaîne a réalisé les meilleurs scores pour une fiction française avec **Section de Recherches** (jusqu'à 817 000 tvsp) et un film de cinéma avec les films **Troie** (526 000 tvsp) et **Déjà vu** (509 000 tvsp).

A noter : HD1 est également la chaîne de la TNT HD au taux de notoriété le plus élevé avec une notoriété de 60%, soit une progression de 10 points en un an. Cette performance est encore plus remarquable sur le public féminin (taux de notoriété de 70%).

CONTACTS PRESSE :

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

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/>