

Boulogne, lundi 11 mars 2013

FEVRIER 2013 :

**TF1, PREMIER GROUPE DE TELEVISION
AVEC SES 4 CHAINES EN CLAIR
28.9% de part d'audience***

Grâce à une complémentarité de ses antennes, le groupe TF1 est aujourd'hui le groupe média leader en France, avec 28.9% de part d'audience*. En février, les 4 chaînes en clair ont renforcé leur offre programmes et affirmé leur positionnement, leur permettant de s'inscrire dans de belles dynamiques d'audience.



TF1 : 23.2% DE PDA - TOUJOURS LA SEULE CHAINE HISTORIQUE A PROGRESSER SUR UN AN

En février, comme en janvier, TF1 est la seule grande chaîne à progresser et gagne 0.6 point sur un an. TF1 est ainsi au-dessus des 23% de pda pour le 6^{ème} mois consécutif.

L'offre de divertissement à ses plus hauts niveaux :

- Démarrage record pour la saison 2 de **The Voice** : 9.6m de téléspectateurs pour la soirée de lancement et 9m de téléspectateurs en moyenne pour la phase des auditions à l'aveugle.

- Succès pour le nouveau divertissement **Splash** : 5.6m de téléspectateurs pour la première saison en moyenne, soit 1m de téléspectateurs supplémentaires sur cette case vs année précédente et un record pour le lancement à 6.4m de téléspectateurs

- Mois historique pour les **12 coups de midi** : un record à 4.8m de téléspectateurs et en moyenne 4.1m de téléspectateurs (34% de pda), soit 300 000 téléspectateurs et 4 pts de pda supplémentaires en un an.

Succès confirmé pour les marques de fiction française en prime time :

- Les séries policières fédèrent : Record pour le final de **RIS Police Scientifique** (6.1m de téléspectateurs et 25% de pda).

- Excellent démarrage pour la nouvelle saison de **Section de Recherches** (6.6m de téléspectateurs et 25% de pda)

- **Joséphine ange gardien** leader et plébiscitée par le jeune public : 6.9m de téléspectateurs (25% de pda) et 42% sur les 4-14 ans.

Le grand rendez-vous cinéma du dimanche soir puissant sur tous les publics :

- Record pour le film inédit **L'Agence tous risques** : 7.7m de téléspectateurs (30% de pda), 39% sur les Shoppers ** et 43% sur les 15-24 ans.

- Le film d'animation inédit **Moi moche et méchant** très attractif sur les enfants et leur maman : 67% de pda sur les 4-14 ans, 36% sur les femmes de moins de 50 ans rda + enfants et au total 7.1m de téléspectateurs.

Beau fixe pour l'information :

-Jusqu'à 9m de téléspectateurs pour le journal de **20h**, le 24 février

-Jusqu'à 7.7m de téléspectateurs pour le **13h**, le 25 février

-Jusqu'à 5.1m de téléspectateurs pour 7 à 8 et 5.3m de téléspectateurs pour **Reportages**.



TMC : 3.5% DE PDA - 5^e CHAÎNE NATIONALE ET LEADER DE LA TNT

En février, TMC reprend sa position de 5^e chaîne nationale et confirme son statut de leader de la TNT, en hausse sur un an, avec une offre puissante dans tous les genres de programmes : cinéma, magazine et fiction française.

La première chaîne TNT sur la fiction française inédite

-Lancement réussi pour **Sous le soleil de Saint-Tropez** avec 462 000 téléspectateurs, 5.3% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda permettant à TMC d'être 4^{ème} chaîne nationale sur ce public.

-Nouveau record pour la saison 4 des **Mystères de l'amour** avec 700 000 téléspectateurs et 5.7% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda.

Cinéma : Des films inédits puissants sur des cibles familiales

-1.6m de téléspectateurs pour **Où sont passés les Morgan ?**, inédit en clair, et 8.6% de pda sur les femmes de moins de 50 ans rda, permettant à TMC de se classer 4^{ème} chaîne nationale sur ce public.

- 1.3m de téléspectateurs pour **Bee Movie**, également inédit, et 21.2% de pda sur les 4-14 ans, permet à TMC de réaliser une part d'audience record sur cette cible.

- **90' enquêtes**, le magazine leader de la TNT :

1.1m de téléspectateurs en moyenne pour chaque enquête inédite et jusqu'à 1.3m de téléspectateurs ce mois-ci.



NT1 : 2.2% DE PDA ET UN MOIS RECORD SUR LE PUBLIC FEMININ

Grâce à sa nouvelle télé-réalité de prime time, une offre de séries inédites et une programmation cinéma puissante, NT1 renforce son positionnement sur le public féminin et réalise même son record historique avec 3.1% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda et une croissance record sur les Femmes 15-34 avec 4.1% de pda sur cette cible.

- **Bachelor**, le gentleman célibataire a rassemblé jusqu'à 800 000 téléspectateurs et contribue à la progression record de la chaîne sur le public féminin, lui permettant d'être chaque lundi soir 4^{ème} chaîne nationale sur ce public, le lundi soir en moyenne, avec respectivement 5.4% sur les Femmes de moins de 50 ans rda et 8.3% sur les Femmes de 15-34 ans.

- **Le Transporteur** a rassemblé jusqu'à 1.4m de téléspectateurs et séduit les 25-49 ans (7.6% de pda)

- Succès des saisons inédites des **Frères Scott** en access, en particulier sur le public féminin avec 6.7% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda et 11.7% sur les Femmes 15-34.

- La fiction française puissante le mercredi soir : jusqu'à 1.5m de téléspectateurs pour **Sœur Thérèse.com**, permettant à NT1 de se classer 4^{ème} chaîne nationale en prime time le 6 février.



HD1 : LA PLUS FORTE PROGRESSION DES 6 NOUVELLES CHAINES DEPUIS LEUR LANCEMENT

Grâce à sa politique de rendez-vous, HD1 confirme sa montée en puissance en particulier en soirée.

HD1 rassemble en moyenne 137 000 téléspectateurs en prime time, soit +38% vs décembre 2012.

- Succès pour la programmation cinéma riche en films inédits : meilleure audience du mois pour la 1^{ère} diffusion du film **Les Noces rebelles** 330 000 téléspectateurs, suivie de **There will be blood** 270 000 téléspectateurs.

- Les héroïnes policières de fiction française séduisent le public : jusqu'à 264 000 téléspectateurs pour **Alice Nevers**.

*Sources : Mediamat / Médiamétrie
Données : février 2013*

A noter que la part d'audience chaîne en clair du groupe ne comprend pas la part d'audience de HD1, cette dernière n'étant pas communiquée.

Prime time : 20h45-22h45
Frd-50 : Femmes responsables des achats de moins de 50 ans.
Shoppers : individus actifs avec enfants de moins de 25 ans

Contacts presse :

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

TF1 - DIRECTION DE LA COMMUNICATION
Virginie Duval - vduval@tf1.fr

Et retrouvez toutes les infos du Groupe TF1
sur <http://www.groupe-tf1.fr/>

ON SE RETROUVE TOUS SUR 
