

AUDIENCES TF1 AVRIL :

TF1 AUGMENTE SON LEADERSHIP SUR 1 AN, AVEC 22,6% DE PDA, ET CONTINUE D'INNOVER.

5 NOUVEAUTÉS, 5 SUCCÈS

Les audiences de TF1 s'inscrivent toujours dans une dynamique positive sur un an, la chaîne creusant l'écart avec ses concurrentes. Ces performances récompensent la politique de nouveautés de TF1. En avril, la chaîne a ainsi proposé avec succès 5 nouveautés : la 1^{ère} série internationale de TF1 **JO** avec Jean Reno, **Revenge** en 2^{ème} partie de soirée, la nouvelle série américaine de prime-time **Person of Interest**, ou encore les formules inédites de prime-time **de Money Drop** et **Vendredi tout est permis**.

La chaîne réaffirme par ailleurs son leadership en décrochant les meilleures audiences du mois dans tous les genres de programmes.

SUCCÈS DE LA POLITIQUE DE NOUVEAUTÉS

JO : la 1^{ère} série internationale de TF1 avec Jean Reno dans le rôle de Jo affiche le meilleur lancement pour une série le jeudi depuis janvier 2010 avec 7,5m de téléspectateurs (plus de 30% de pda pour le 1^{er} épisode).

Person of interest : très bon bilan pour la 1^{ère} saison de la nouvelle série américaine de prime-time, avec jusqu'à 7,5m de téléspectateurs. En moins de 6 mois, c'est la 2^{ème} nouvelle série à intégrer l'offre de prime-time de TF1 après **Unforgettable**.

Revenge : succès de la série en 2^{ème} partie de soirée avec 3m de téléspectateurs pour son lancement (31% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda).

Money Drop et **Vendredi tout est permis** : succès également pour les formules événementielles de prime-time des marques de divertissement, avec respectivement 5,3m et 5,4m de téléspectateurs pour ces deux émissions, et des performances exceptionnelles pour la spéciale **de Vendredi tout est permis** sur le public féminin et les jeunes adultes (36% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda et 46% sur les 15-24 ans).

L'INFORMATION TRÈS FÉDÉRATRICE

Jusqu'à 8,0m de téléspectateurs pour **le JT de 20h** (le 28/04), et 7,4m à **13h** (le 01/04).

De très belles performances pour les magazines emblématiques de la rédaction **Reportages** (jusqu'à 4,9m de téléspectateurs) et **Sept à huit** (jusqu'à 4,4m de téléspectateurs).

DES MARQUES PROGRAMMES TRÈS SOLIDES DANS TOUS LES GENRES

Succès des formats quotidiens d'humour : jusqu'à 9,0m pour **Après le 20h c'est Canteloup**, et jusqu'à 7,1m de téléspectateurs pour **Nos chers voisins**.

Très bons scores pour les fictions de TF1 : jusqu'à 7,3m de téléspectateurs pour la saison inédite de **Section de Recherches** et une progression moyenne de 200 000 téléspectateurs vs saison précédente.

6,9m de téléspectateurs pour l'épisode inédit **de Joséphine ange gardien**.

Succès de la saison 3 de **Clem**, série la plus féminine et jeune du lundi soir, avec 25% sur les Femmes de moins de 50 ans rda, 44% sur les Femmes 15-24 ans et jusqu'à 6,2m de téléspectateurs.

Succès de **The Voice** : jusqu'à 7,8m (34% de pda et 49% de pda sur les Femmes de 50 ans rda), et une résonance très forte sur les réseaux sociaux, avec une audience x4 sur twitter vs saison 1.

Iron Man 2 inédit : 6,9m de téléspectateurs pour le grand rendez-vous Ciné Dimanche (40% de pda sur les Shoppers et 50% sur les 15-24 ans).

CONTACTS PRESSE

Virginie DUVAL : 01 41 41 29 59 - vduval@tf1.fr

Maylis CARCABAL : 01 41 41 49 23 - mcarcabal@tf1.fr

* Source Médiamétrie - Mediamat. Données consolidées arrêtées au 29/04.
Prime time : 20h45-22h45
Frda-50 : Femmes responsables des achats de moins de 50 ans.

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

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