



TF1 COMMUNIQUE

Lundi 2 juillet 2007

1^{er} semestre 2007

Consolidation des parts d'audience commerciales

La chaîne TF1 enregistre la plus forte progression de part d'audience sur les femmes de moins de 50 ans : +0,9 point à 35,3%

TF1 réalise les 50 plus fortes audiences
et est la seule chaîne à progresser auprès des jeunes (15-24 ans) : + 1,3 point à 33,6%

Analyse par tranche horaire (vs 2006)

Access : meilleure audience depuis 1992 : + 800 000 télésp.
Second time : meilleure audience depuis 1989 : + 100 000 télésp.

Pour plus de détails sur les audiences voir communiqué ci-dessous

H1 2007

Strenghtening on commercial targets

TF1 channel : highest growth on Women below 50 audience share : +0.9 point to 35.3%

TF1 delivered the best 50 audiences and is the only channel to increase its audience share on young people (15 to 24 years old): + 1.3 point to 33.6%

Time-slot analysis (vs 2006)

Access : best audience since 1992 : + 800,000 viewers
Second time : best audience since 1989 : + 100,000 viewers

For more details please read the following press release (in French only)

Contacts:

Investor Relations department - + 33 1 41 41 27 32 / e-mail: comfi@tf1.fr
Corporate communication department - + 33 1 41 41 36 08

Médiamat du semestre :
TF1 réalise les 50 plus fortes audiences
et progresse auprès des jeunes.

La stratégie de programmation de TF1, fondée sur une innovation permanente et des contenus exclusifs, explique les performances de l'antenne sur l'ensemble du **1^{er} semestre 2007**.

Avec une part d'audience de 30,9% sur la période janvier-juin, TF1 démontre encore une fois son excellente résistance à l'extension de l'univers multi-chaînes. Après des **femmes de moins de cinquante ans (rda) la part d'audience de TF1 progresse de 0,9 point** par rapport au 1^{er} semestre 2006 en s'établissant à 35,3%. Après des **15-24 ans elle progresse de 1,3 point** et s'établit à 33,6%. Par ailleurs, il convient de souligner que **les 50 plus fortes audiences du semestre sont sur TF1**.

Ces bons résultats sont à mettre au compte de tous les genres de programmes, parmi lesquels on peut citer :

- l'access : les jeux (les binômes Un Contre Cent et la Roue de la Fortune, La Famille en Or et Qui Veut Gagner des Millions, puis Secret Story et Qui Veut Gagner des Millions), permettent à la **tranche horaire de progresser de 800 000 téléspectateurs** par rapport au premier semestre 2006 et de gagner 6,4 points auprès des femmes âgées de moins de cinquante ans (rda).
- l'information : le **Journal Télévisé de 20 heures, avec une moyenne de 8,9 millions** de téléspectateurs, creuse l'écart (4 millions) qui le sépare de son concurrent ; quant aux émissions politiques (le débat du 2 mai avec 13 millions de personnes ; J'ai une Question A Vous poser avec en moyenne 7,3 millions de téléspectateurs et les quatre soirées électorales avec en moyenne 8,2 millions de téléspectateurs) elles montrent que la mobilisation des équipes de la rédaction permet de réaliser des audiences fortes autour de l'actualité politique et électorale.
- les séries US : Heroes a fait un excellent lancement samedi 30 juin en rassemblant plus de 6 millions de téléspectateurs pour le premier épisode, avec une part d'audience de 33,7% auprès des 4 ans et plus et une part d'audience de 48,8% auprès des femmes de moins de cinquante ans (rda) ; en deuxième partie de soirée Docteur House réalise en moyenne une part d'audience de 36,9% auprès des individus âgés de 4 ans et plus et de 50,8 % auprès des femmes de moins de cinquante ans (rda). Le succès de ces deux nouvelles séries montre la solidité du genre sur l'antenne de TF1.
- la fiction française : il convient de relever l'excellent démarrage de la saga de l'été, Mystère, dont le premier épisode a réuni 9,4 millions de téléspectateurs ; ainsi que les succès des fictions unitaires, telles que La Dame d'Izieu (7,3 et 8,2 millions de téléspectateurs), La taupe (moyenne des deux épisodes : 9 millions de téléspectateurs) et Hubert et le Chien (8,5 millions).
- Deux autres démarrages récents méritent d'être relevés : la nouvelle saison de Koh Lanta, vendredi a rassemblé 8,4 millions de téléspectateurs et a réalisé une part d'audience de 49,5% auprès des femmes de moins de cinquante ans (rda). Enfin, les débuts de Secret Story, notamment auprès des jeunes, permettent de clore ce semestre sur un succès prometteur. Après des jeunes adultes (15-34 ans), l'émission du samedi 23 juin en prime-time a réalisé 47,7% de part d'audience ; celle du vendredi 29 en deuxième partie de soirée a réalisé 48,1 % de part d'audience ; tandis que la quotidienne réalise 45,5% de part d'audience en moyenne.