

Boulogne, vendredi 05 juillet 2013

### **BILAN DE LA SAISON (septembre 2012 - juin 2013)**

**Trois éléments majeurs ont marqué la saison de TF1 et ont permis d'inscrire la chaîne dans une dynamique d'audience positive, en particulier sur le 1<sup>er</sup> semestre 2013. Une performance d'autant plus remarquable que la concurrence s'est encore accrue avec le lancement de 6 nouvelles chaînes :**

- - Le projet éditorial ambitieux de l'information de TF1
- - La politique de renouvellement des programmes,
- - Et le renforcement du caractère multi-écrans des programmes.

#### **L'Information : les JT en hausse sur la saison**

La progression de l'audience des JT entamée au dernier quadrimestre s'est installée durablement sur l'ensemble de la saison. Les 2 rendez-vous quotidiens progressent et creusent l'écart avec leurs concurrents.

- 6.4m de téléspectateurs et 44% de pda pour le JT de 13h qui augmente l'écart avec son challenger de 200 000 téléspectateurs pour le devancer de 3.7m de téléspectateurs en moyenne.
- 6.7m de téléspectateurs pour le 20h qui augmente son écart avec son challenger de 300 000 téléspectateurs pour le devancer de 1.7m de téléspectateurs en moyenne.
- Les magazines phares de la rédaction, Reportages et 7 à 8, rassemblent respectivement jusqu'à 5.6m de téléspectateurs et 5.5m de téléspectateurs.

**Catherine Nayl, Directrice de l'information du groupe ajoute :** « *La rédaction a proposé un projet éditorial ambitieux qui a permis à nos rendez-vous d'information de faire la différence et de conquérir de nouveaux téléspectateurs, alors que la concurrence n'a jamais été aussi forte. Ceci est une véritable satisfaction, tout comme l'est la réussite de Gilles Bouleau et d'Anne-Claire Coudray, aux côtés de Claire Chazal, Jean-Pierre Pernaut, Jacques Legros, Julien Arnaud et Harry Roselmack.* ».

#### **Les programmes : un politique de nouveauté qui porte ses fruits**

Depuis septembre dernier, une vingtaine de nouveautés a été lancée, parmi lesquelles :

- La première série créée par Luc Besson, avec Vincent Elbaz, No Limit, a réalisé le meilleur lancement pour une fiction française depuis 2010, jusqu'à 7.3m de téléspectateurs. Il en est de même pour Falco, avec Sagamore Stévenin, qui a également rassemblé 7.3m de téléspectateurs lors de sa 1<sup>ère</sup> diffusion.
- Unforgettable (jusqu'à 9m de téléspectateurs) et Person of Interest (jusqu'à 7.5m de téléspectateurs), deux nouvelles séries américaines qui ont enrichi l'offre de prime time de la chaîne avec succès.
- Le lancement d'un nouveau format de divertissement : Splash, le grand plongeur a réalisé le meilleur lancement pour un divertissement de prime time depuis The Voice, avec jusqu'à 6.4m de téléspectateurs.
- La politique de déclinaison des marques récentes a également porté ses fruits : la case de divertissement du vendredi s'est enrichie des formules prime time de Money Drop et Vendredi tout est permis avec plus de 5.3m de téléspectateurs.

A noter également dans cette case, le très beau succès du prime time événementiel de Nos chers Voisins, avec 5.9m de téléspectateurs.

- L'offre de 2<sup>ème</sup> partie de soirée s'est également renforcée avec dans la case du mardi, 24 heures aux urgences jusqu'à 37% de pda sur les Femmes de moins de 50 ans rda, et dans celle du vendredi, le late show Ce soir avec Arthur.
- Très belle saison pour la case jeunesse de TF1, notamment marquée par le lancement de la nouvelle version des Mystérieuses cités d'or et le succès du Ranch.

#### **Les événements multiplient les records**

- Record historique pour la grande soirée du Bal des Enfoirés avec 13.6m de téléspectateurs
- Foot : éliminatoires de la Coupe du Monde 2014 : 10.4m de téléspectateurs devant le match France-Espagne.

- Election de Miss France : meilleure audience depuis 2007, avec 8.2m de téléspectateurs
- Les NRJ Music Awards : près de 7m de téléspectateurs et le record absolu de commentaires sur twitter avec 1.8m de commentaires échangés.

### **Les grands rendez-vous**

Un des atouts de TF1 est la force de ses rendez-vous, qui accompagnent les téléspectateurs au fil des saisons. Plusieurs d'entre eux, dans tous les genres de programmes, progressent dans un contexte concurrentiel toujours plus fort.

- Record pour la case « Ciné Dimanche » depuis 2010 : Rien à déclarer (10m de téléspectateurs)
- Saisons records pour : The Voice à 8m de téléspectateurs en moyenne (+200 000 en un an), Koh Lanta à 7.4m de téléspectateurs en moyenne (4<sup>ème</sup> meilleure saison historique), Danse avec les stars à 5.8m de téléspectateurs en moyenne (+700 000 vs saison 2), ou en journée Bienvenue chez nous et Les 12 coups de midi (+100 000 en un an et 3.6m de téléspectateurs en moyenne).
- La sélection de séries US de TF1 occupent les 5 premières places du Top des séries de prime time avec Mentalist, Esprits Criminels, Unforgettable, Dr House et Person of interest.
- Fiction française : en plus du succès des nouveautés, les séries emblématiques progressent : +600 000 téléspectateurs pour Section de recherches, la nouvelle saison d'Alice Nevers en hausse comparé à la saison dernière avec 6.4 m en moyenne, aux côtés des héros toujours performants de la case du lundi : Clem Joséphine ange gardien et Camping Paradis.
- L'offre de jeux d'access offre un net leadership à TF1 sur une case toujours plus disputée, fédérant jusqu'à 3.3m de téléspectateurs à 18h (Une famille en or) et jusqu'à 5.5m de téléspectateurs à 19h (Le juste prix).
- La case quotidienne d'humour à 20h45 au plus haut : 7.5m de téléspectateurs en moyenne (+300 000 en un an) pour la quotidienne de Nicolas Canteloup et Nikos Aliagas et 7.0m de téléspectateurs pour Nos chers voisins depuis son retour à 20h45 et jusqu'à 8.2m.

**Pour Fabrice Bailly, Directeur des programmes de TF1:** « La politique de renouveau portée par les équipes a permis d'inscrire TF1 dans une dynamique d'audience positive, avec un taux de succès très élevé. Par ailleurs des événements et émissions emblématiques de la chaîne ont réalisé leurs meilleures saisons confirmant une nouvelle fois la capacité unique de TF1 à fédérer le plus grand nombre. »

### **Digital: TF1 innove avec succès autour des marques programmes**

En début d'année, TF1 a lancé la 1<sup>ère</sup> véritable expérience de second écran avec MYTF1 CONNECT. Mise en œuvre autour de The Voice, cette innovation majeure a ensuite été mise en place sur le sport autour des matchs des Bleus, puis de l'information à partir de mai, en même temps que le lancement du nouveau MYTF1 News.

- Plus de 14 millions d'heures sont passées sur les vidéos du groupe par mois, selon les dernières données disponibles (\*).
- TF1 compte une communauté de plus de 17 millions de fans sur tous les réseaux.
- TF1 leader de la social TV avec aux 3 premières places : le record absolu pour les NRJ Music Awards (1.8m de messages postés sur la soirée). Une audience sociale multipliée par 5 pour The Voice vs saison 1. Un lancement record pour Secret Story (+ de 800 000 tweets).

**Régis Ravanas, Directeur Général adjoint des activités de diversifications du groupe complète :** « Au cours de cette saison, nous avons conforté notre position d'acteur de référence du digital en France, notamment grâce à nos récents développements dans le second écran et la social TV, avec MYTF1 CONNECT. Notre ambition est de poursuivre cette offensive en nous appuyant sur les événements et contenus premium de TF1 qui nous permettent de proposer une expérience unique à notre public. »

**Source : Médiamat - Médiamétrie  
du 3 sept 2012 au 30 juin 2013 (consolidé au 23 juin)  
\* : Médiamétrie // NetRatings - Panel Vidéo - Mars 2013**

### **CONTACTS PRESSE**

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

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

---

GROUPE TF1 - DIRECTION DE LA COMMUNICATION  
TF1 GROUP - DIRECTION OF COMMUNICATION  
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/>