

# l'offre thématique de france télévisions publicité : performances



- **16,2 millions** de téléspectateurs 4+ (+43%)
- **1 personne sur 2** est téléspectatrice de l'offre thématique FTP
- de très belles **progressions** sur les packs les plus ciblés...

**Mén. < 50 ans : +18%**      **iCSP+ : +24%**      **15-34 ans : +17%**

...grâce **3 univers thématiques\*** très performants :

art de vivre	découverte	jeunes générations
<b>+10%</b>	<b>+40%</b>	<b>+31%</b>
<b>6,4 millions</b> de téléspectateurs 4+ (20%)	<b>7,4 millions</b> de téléspectateurs 4+ (23%)	<b>10,2 millions</b> de téléspectateurs 4+ (32%)

Source : Médiamétrie Médiamat'Thématic V19 / Couverture mensuelle 4+ (progression vs vague 18) / Audience sur cibles commerciales.

\*Univers de concurrence :  
 • Art de vivre (Cuisine TV, Odyssée, TéléMaison, Téva, Vivolta),  
 • Découverte (Discovery Channel, Histoire, Nat Geo Wild, National Geographic Channel, Planète, Planète No Limit, Planète Thalassa, Ushuaïa TV, Voyage),  
 • Jeunes (AB1, AB Moteurs, Discovery Channel, E!, Game One, L'Equipe, M6 Music Black, M6 Music Club, M6 Music Hits, Mangas, MCM, MCM Pop, MCM Top, MTV, MTV Base, MTV Idol, MTV Pulse, NRJ Hits, Trace TV).



# vivez un été caliente avec nos chaînes thématiques

dès ce soir, rendez-vous sur la place de la Bastille pour le grand concert de lancement de France Ô sur la TNT, puis :

- plongez au cœur des vacances des stars avec E! Votre chaîne people et Trace.TV
- partez aux quatre coins du globe avec les chaînes Planète et les chaînes Nat Geo
- chantez les Champs Elysées de Joe Dassin sur TéléMelody et vibrez au rythme des festivals de jazz d'été de Mezzo
- relookez votre appartement/maison avec Télé Maison et Vivolta
- vivez des expériences passionnantes avec Discovery Channel
- laissez TV5 MONDE vous accompagner lors de vos séjours à l'étranger

## zoom chaîne à chaîne



### tentez l'expérience

Une couverture mensuelle en hausse de 5% sur les 4+.  
La chaîne consolide son profil 25-49 ans (53% de l'auditoire).



### votre chaîne people

Hollywood a trouvé ses fidèles. E! double son audience en un an et progresse de 63% sur les Ménagères < 50 ans vs la vague 18. Une affinité de 150 sur son cœur de cible.



### la chaîne de toutes les cultures

Dès le 13 juillet au soir, France Ô débarque en TNT nationale et prend ainsi une nouvelle dimension. De nombreuses nouveautés cet été et à la rentrée.



### la chaîne jazz et classique

La chaîne progresse, sur un an, de 31% en audience 4+.



### envie de savoir

Sur un an, la chaîne progresse de 92% en audience sur les 4+ et de 56% sur son cœur de cible 25-49 ans.



### sauvage par nature

A l'instar de son aînée, la chaîne s'inscrit toujours sur une tendance positive, avec une croissance annuelle de 17% de son audience 25-49 ans. Son nouveau format séduit de plus en plus les 15-34 ans (+75%).

Source : Médiamétrie MédiamatThématik V19 / Couverture mensuelle 4+ (progression vs vague 18) / Affinité vs 4+ pour l'âge et 15+ pour le sexe et la CSP.



# zoom chaîne à chaîne



## la chaîne qu'il faut garder à vue

Planète Justice rassemble toujours plus de téléspectateurs 4+ (+9% d'audience) et fidélise davantage de Ménagères < 50 ans (+44% d'audience).



## Avec la mer, revenez à l'essentiel

Belles progressions d'audience sur ses cœurs de cible 25-49 ans et iCSP+, à respectivement +22% et +43%. Un profil plus masculin (indice d'affinité 139) et de CSP supérieure (26%).



## la télé de ma maison

Une couverture mensuelle en progression de 4% sur les 4+. La chaîne séduit de plus en plus de jeunes, avec une audience en hausse de 34% sur les 15-34 ans. Elle se hisse au 2<sup>ème</sup> rang en affinité sur les Ménagères < 50 ans.



## la chaîne star des variétés

Une audience en hausse de 10% sur les 4+. La chaîne conforte aussi son auditoire 25-49 ans (+9% d'audience) et continue à séduire les iCSP+ (+43%).



## 1<sup>ère</sup> télévision urbaine

La chaîne se hisse dans le top 20 des chaînes les plus regardées par les 15-34 ans, avec une audience quasiment triplée sur cette cible (x2,7).



## Un monde, des mondes

Des audiences en progression de 18% à 43% sur les 25-49 ans et iCSP+.



## Vivolta, pour être bien dans sa vie

La chaîne renforce son positionnement féminin en doublant ses performances sur les Ménagères < 50 ans : +204% d'audience vs la vague 17.



## la télé comme point de départ

La chaîne séduit un public toujours plus haut de gamme et progresse de +16% sur les iCSP++.

Source : Médiamétrie MédiamatThématic V19 / Couverture mensuelle 4+ (progression vs vague 18) / Affinité vs 4+ pour l'âge et 15+ pour le sexe et la CSP.



france télévisions  
publicité

la marque  
des marques