

› LANCEMENTS

- 2 «Vive la colo» sur TF1
Un succès à confirmer
- 3 «La smala s'en mêle» sur France 2
Leader de la soirée
- 4 «Flash back» sur France 3
Sévère échec
- 5 «Le job de mes rêves» sur France 4
Un choix éditorial non pertinent ?

› PRIME TIME

- 6 Généralistes publiques / 4 ans et plus :
France 2 portée par 3 soirées
- 7 Généralistes privées / Ménagères 15-49 ans :
Brutal ralentissement des privées
- 8 TNT / Ménagères 15-49 ans :
W9 leader des TNT à près de 5% de pda

› TENDANCES

- 9 Le 18-24 :
NRJ12 boostée par «Les anges de la télé-réalité»
- 10 La tendance publicitaires de la TV :
Reprise des historiques ou effet de base ?

› ANALYSE

- 11 Le potentiel d'auto-promotion des chaînes :
L'auto-promotion très utilisée par Gulli
et les chaînes publiques

LE CHIFFRE

196

C'est le
nombre de GRP
délivrés quoti-
diennement par

les bandes-annonces de France 2 sur les
4 ans et plus (19 mars au 15 avril 2012).
France 2 s'assure ainsi de la plus grande
force de frappe en matière d'auto-promo-
tion, devant TF1 (191 GRP). Elle devance la
chaîne privée en exploitant un volume éle-
vé de bandes annonces (42' vs. 28').