

Ara Aprikian renforce les “petites” chaînes de TF1



Après [TMC, montée en gamme avec l'émission de Yann Barthès « Quotidien »](#), et LCI passée en gratuit, « *nous achevons notre travail de segmentation des marques avec des identités fortes et complémentaires* », explique [Ara Aprikian, directeur général adjoint chargé des contenus à TF1, propriétaire de HD1, NT1, TMC et LCI.](#)

Ce "rebranding" ne va pas coûter à la grille, mais *ajuster, renégocier des contrats,... pour développer les inédits*, dans l'enveloppe de 980 millions d'euros (hors sport) que le groupe s'est fixée pour toutes ses chaînes, y compris TF1.

TF1 Séries Films (ex-HD1), qui vise principalement les femmes, veut « *être une offre de référence dans les séries et le cinéma à seule chaîne en clair sur cette thématique (Canal + est payant)* ». Elle [va notamment diffuser « des fictions étrangères comme « La Servante écarlate »](#), primée aux Emmy Awards, ou « The Walking Dead », & « Marseille » et des rediffusions de blockbusters de TF1, sous forme de cycles thématiques.

TFX (ex-NT1), à destination des jeunes, va diffuser, de la télé-réalité, des nouveautés comme l'émission d'aventure présentée par Bear Grylls, & des programmes d'humour avec les collectifs [de Studio 71, dont le groupe a pris une participation](#).

60 % des Français ont plus de 200 chaînes alors l'objectif de TF1 est de " *Développer l'audience et favoriser la commercialisation des chaînes en les*

rattachant à TF1 ».

TF1 veut continuer avec Netflix (à qui il a vendu « La Mante ») ou avec Amazon pour financer ses programmes ou des coproductions - comme [« Gone », avec NBCUniversal et RTL Group](#), à l'antenne dans une dizaine de jours.

Dans l'information, TF1 réfléchit à développer un magazine court après le journal (à la place de « Nos chers voisins »).& travaille sur des pilotes.

source : TF 1