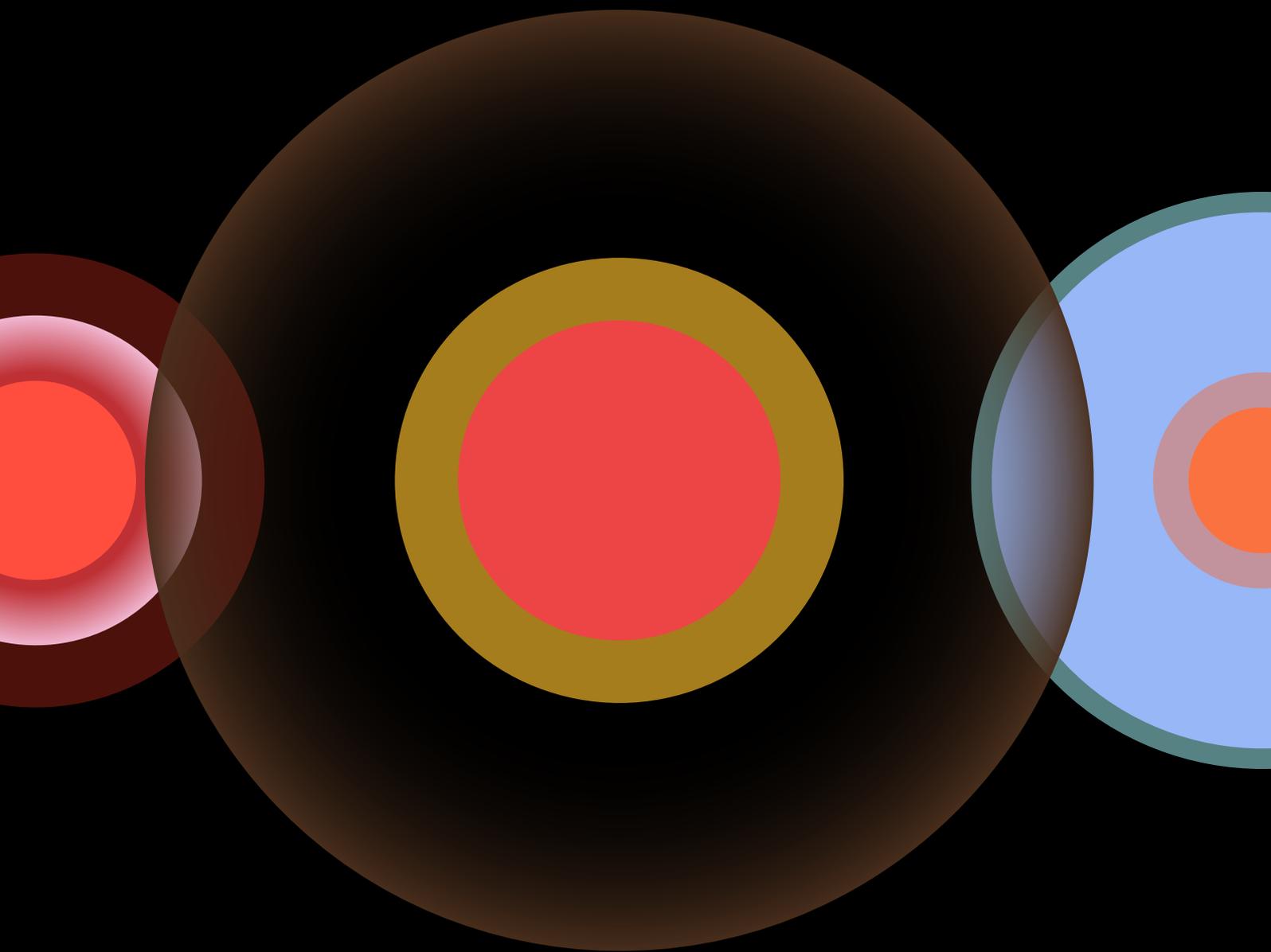


# Rapport annuel 2023



## 1

**NOTRE  
RAYONNEMENT**

ÉDITO

LES CHAÎNES ET PLATEFORMES

LA PUISSANCE

LA CONFIANCE - L'ACCESSIBILITÉ

TEMPS FORTS 2023

**NOS PROGRAMMES**

## 3

LES CHIFFRES CLÉS

FICTION

DOCUMENTAIRE

CINÉMA

LES GRANDS ÉVÉNEMENTS

CULTURE

**UNE ENTREPRISE ENGAGÉE  
EN PHASE AVEC SON TEMPS**

## 4

ENVIRONNEMENT

UN GROUPE ENGAGÉ ET ENGAGEANT

INNOVATION

UN MÉDIA QUI DIALOGUE AVEC SES PUBLICS

COOPÉRATIONS

CHIFFRES CLÉS

# 2 L'INFORMATION

UNE OFFRE D'INFORMATION DE PROXIMITÉ RENFORCÉE  
UNE INFORMATION DE CONFIANCE QUI DÉCRYPTE LE MONDE  
L'INFORMATION EN OUTRE-MER

JEUNESSE

ÉDUCATION

ACCOMPAGNER LES FRANÇAIS  
AU QUOTIDIEN

SPORT

EN ROUTE POUR PARIS 2024

# 5 LES FILIALES

FRANCE TV PUBLICITÉ

FRANCE TV STUDIO

FRANCE TV DISTRIBUTION



**Delphine Ernotte Cunci**  
Présidente-directrice générale  
de France Télévisions

## ÉDITO

**Jour après jour, France Télévisions œuvre à resserrer ses liens avec les Français grâce à des offres singulières qui portent haut nos missions de service public.**

**En 2023, notre média a poursuivi sa transformation pour conforter sa puissance auprès de tous les publics.**

Dans un paysage médiatique bouleversé où la vitesse prend le pas sur l'analyse, où la désinformation et les manipulations prolifèrent, il est toujours plus essentiel de rendre accessible à tous, sur tous les supports, une information fiable et impartiale. Nos journalistes sont mobilisés sur tous les terrains, en France et dans le monde, pour donner à voir et à comprendre les grands événements qui marquent l'actualité. Nous avons aussi fait

le choix de renforcer notre offre d'information de proximité. Notre ancrage territorial unique, porté par le réseau régional de France 3 et les 1<sup>ère</sup> en Outre-mer, constitue un atout majeur pour consolider la confiance que nous accordent les Français.

La création des nouveaux rendez-vous d'information *Ici 12/13* et *Ici 19/20* marque une étape majeure de la montée en puissance du média global de proximité « Ici », qui rassemble les forces de l'audiovisuel public pour mieux éclairer la richesse de la vie locale et régionale dans tout le pays.

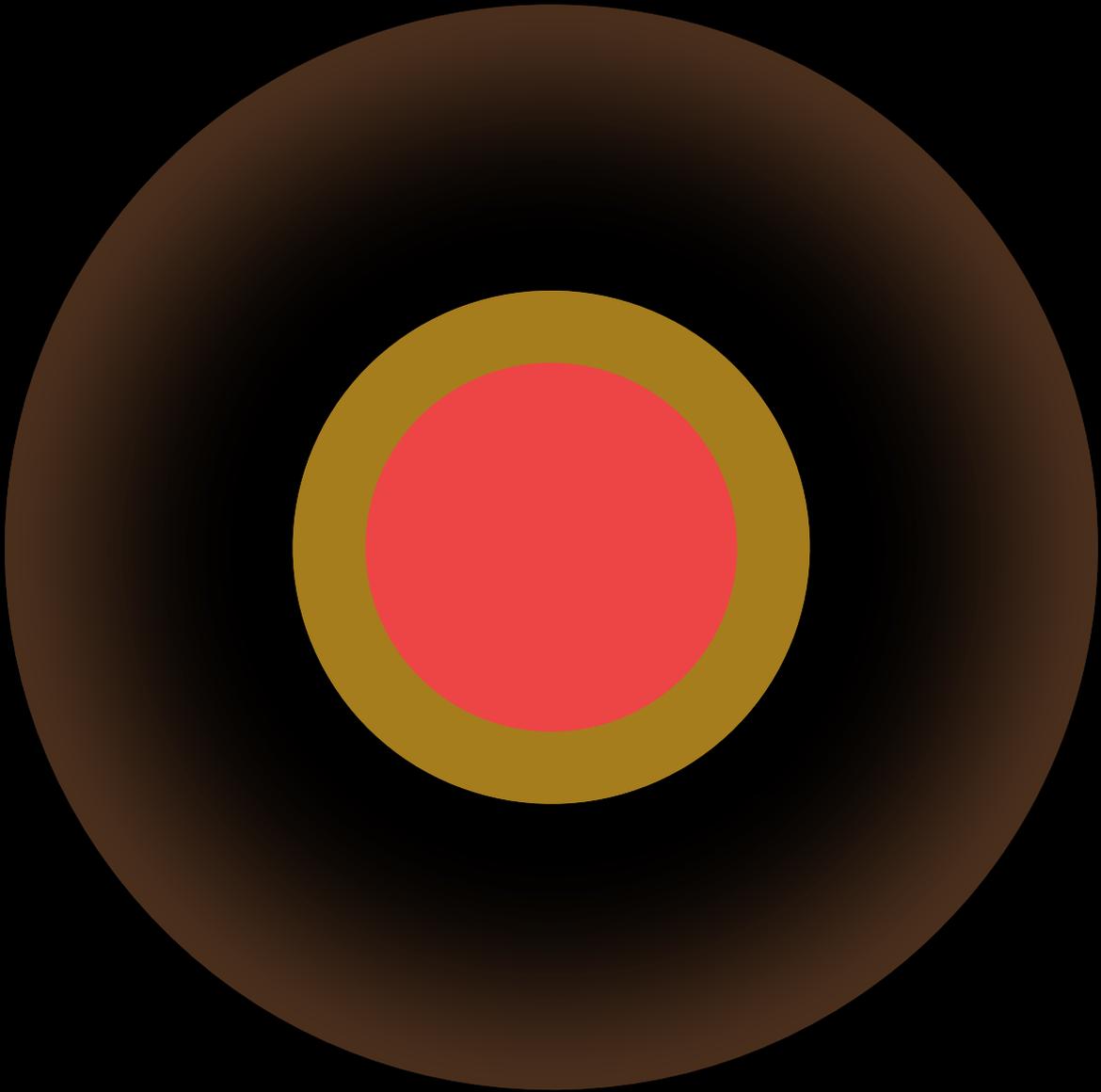
Dans un monde traversé par de multiples crises qui fragmentent la société, notre média rassemble les Français autour de propositions originales qui créent l'événement. Partenaire de tous les acteurs de la création, France Télévisions propose une offre particulièrement riche et diversifiée sur toutes ses antennes, et notamment sur notre plateforme *france.tv* dont la croissance se poursuit à un rythme particulièrement soutenu.

En multipliant les perspectives sur la France d'hier, d'aujourd'hui et de demain, en portant divers regards sur les grands défis de notre temps, en mettant à l'honneur une grande variété d'univers et de talents, nos programmes créent de l'échange, invitent à la découverte et ouvrent des horizons.

## // Proche de chacun et accessible à tous, France Télévisions touche 8 Français sur 10 par semaine //

Sur France Télévisions, les Français se retrouvent pour partager des émotions, pour vivre ensemble des moments d'exception ou des instants du quotidien. Dans la dernière ligne droite avant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, nous avons amplifié notre mobilisation pour faire vivre à tous les Français cet événement exceptionnel particulièrement fédérateur.

Proche de chacun et accessible à tous, France Télévisions touche 8 Français sur 10 par semaine, qui expriment ainsi un réel attachement à leur télévision publique. Ce lien fort fait notre fierté. Il est le fruit de notre exigence, de notre audace et des engagements qui animent l'ensemble des salariés et des partenaires de notre groupe. Il illustre notre différence et notre utilité démocratique. Dans un monde toujours plus complexe, nous restons un point de repère et d'ancrage pour tous nos concitoyens.



# NOTRE RAYONNEMENT



franceinfo:



france•tv sport

Lumni

culturebox



france•tv slash



franceinfo:



france.tv

ORMES

ce.tv

RÉSEAUX

CH

• 3 régions

• 1 outre-mer



Cartes des réseaux détaillées  
pages suivantes



• 3 • 4 • 5

a



siège France Télévisions



directions régionales  
et territoriales



antennes régionales



rédactions  
locales



bureaux  
d'information  
de proximité

# 3

## Réseau régional



# 1

## Réseau Outre-mer

# LA PUISSANCE

75%  
de la population

déclare avoir confiance  
en l'information de France  
Télévisions

1<sup>er</sup>  
groupe TV

29,3% de PDA

France Télévisions est leader en prime  
1 soirée sur 2  
sur l'une de ses chaînes

1<sup>er</sup> média  
des Français

1 Français sur 2 chaque jour  
8 Français sur 10 chaque semaine  
en contact avec nos offres

26 millions  
de visiteurs uniques mensuels

(15 ans et +) sur france.tv  
et 145 millions de vidéos vues par mois,  
meilleure progression des plateformes  
de streaming gratuit

46%  
des prime

les mieux notés en 2023  
au Quali TV diffusés sur  
France Télévisions

22,6 millions  
de visiteurs uniques mensuels

sur franceinfo,  
1<sup>re</sup> plateforme d'information

# LA CONFIANCE ET L'ACCESSIBILITÉ

## DEUX EXIGENCES TRÈS FORTES AU CŒUR DES VALEURS DE FRANCE TÉLÉVISIONS

À l'heure où la désinformation circule toujours plus vite et sur tous les réseaux, la confiance que les publics accordent à nos offres, et en particulier à nos programmes d'information, est fondamentale. Pour conforter chaque jour notre lien avec les Français, la vérification des faits et l'impartialité sont nos boussoles dans la couverture de l'actualité.



### MÉDIA

de tous les citoyens  
et au service  
de tous les publics



**100 %**

de nos programmes nationaux  
sont sous-titrés



**6 HEURES**

sont sous-titrées  
sur franceinfo canal 27



### ACCESSIBLE ET GRATUIT

sur tous les supports,  
y compris aux personnes  
en situation de handicap



### 1 740 PROGRAMMES

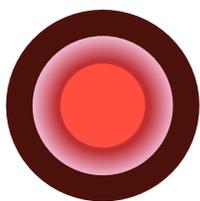
en audiodescription : fictions,  
documentaires, spectacle  
vivant... diffusés sur  
nos antennes



### L'OFFRE DE PROGRAMMES

la plus riche  
et la plus diversifiée  
du paysage audiovisuel  
en audiodescription

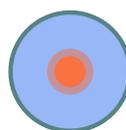
# TEMPS FORTS 2023



## FÉVRIER

### Charte d'engagement LGBT+

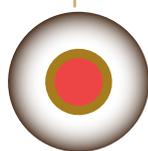
France Télévisions renouvelle pour trois ans son adhésion à la Charte d'engagement LGBT+ de l'association L'Autre Cercle. Le groupe poursuit ainsi son action pour l'inclusion et la protection des personnes lesbiennes, gays, bisexuelles ou transgenres dans leur cadre professionnel. Avec cette charte, France Télévisions s'engage à créer un environnement inclusif pour les collaboratrices et les collaborateurs LGBT+ et à garantir à toutes et à tous le respect de l'égalité de droit et de traitement.



## 10 MARS

### #10marsjelis

Le 10 mars, France Télévisions s'associe à l'initiative du Centre national du livre (CNL), baptisée #10marsjelis : tous les Français sont invités à interrompre leurs activités, à 10 heures précisément, et à se réunir dans divers lieux (écoles, entreprises, administrations...) pour un quart d'heure de lecture. Sur nos antennes aussi, nous partageons le plaisir de la lecture grâce à nos émissions culturelles qui mettent chaque jour les livres à l'honneur.



## 25 FÉVRIER AU 5 MARS

### Enfants de paysans

À l'occasion du Salon international de l'agriculture, le groupe lance l'opération « Enfants de paysans » pour ouvrir la parole et le débat sur les nombreux défis auxquels fait face le monde agricole. Toutes les chaînes sont mobilisées autour d'une riche programmation comportant des documentaires, fictions, magazines...





## 25 MARS

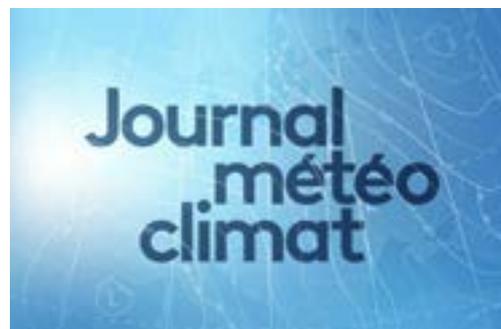
### Sidaction

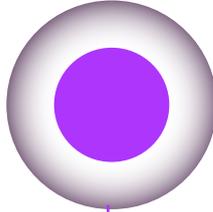
Pour la 30<sup>e</sup> édition du Sidaction, France Télévisions se mobilise autour d'une programmation spéciale pour sensibiliser les téléspectateurs et les appeler à la solidarité. Sur France 2, de nombreux artistes participent à une soirée spéciale depuis le Dôme de Paris qui célèbre les 50 ans du disco. France 5 diffuse *Les Années Sida, à la mort, à la vie*, un documentaire qui retrace l'histoire de la lutte contre cette maladie.

## 13 MARS

### Lancement du « Journal Météo Climat »

France Télévisions innove et propose un nouveau rendez-vous quotidien chaque soir sur France 2 et France 3. En plus de prévisions météorologiques, *Journal Météo Climat* illustre les conséquences de l'évolution du climat grâce à des reportages et des interventions d'experts. Tout en œuvrant pour la sensibilisation des publics, il s'agit aussi de lutter contre la désinformation climatique.





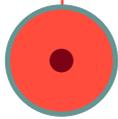
## MAI

### Nous partageons l'amour du cinéma

Partenaire du Festival de Cannes, France Télévisions propose une programmation spéciale tout au long de la quinzaine.

Le groupe a délocalisé ses émissions culturelles (*La Grande Librairie*, *20h30 le dimanche*, *Télématin...*) et, pour la première fois, *C à vous la suite* a été présentée depuis la Croisette.

Ce dispositif renforcé en faveur du 7<sup>e</sup> art a permis de toucher plus de 35 millions de téléspectateurs.



## 12 AVRIL

### Éduquer aux médias et à l'information

France Télévisions et le ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse renforcent leur partenariat pour l'éducation aux médias et à l'information (EMI) par la signature d'une convention qui prévoit la participation du groupe à des initiatives de terrain auprès des enseignants.

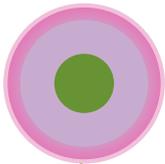
Les journalistes de France Télévisions prennent part aux rencontres et aux ateliers du Tour de France de l'EMI et de la citoyenneté qui, après Amiens et Rennes, a fait halte en Guyane.



## JUIN

### Mois des fiertés

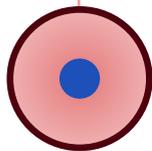
Fidèle à son engagement pour l'égalité, France Télévisions met à l'honneur les droits des personnes LGBTQ+ à travers une programmation éclectique, avec pour point d'orgue le lancement de la deuxième saison de *Drag Race France*.



## JUIN

### La parité, une exigence au quotidien

Engagé pour l'égalité des droits et pour favoriser la parité dans ses équipes, France Télévisions signe la charte égalité femmes/hommes dans les rédactions sportives, élaborée par l'association Femmes journalistes de sport (FJS) et l'Union des journalistes de sport en France (UJSF).

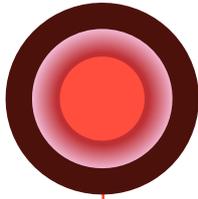


## JUILLET

### Le plus grand terrain de sport

Après avoir renouvelé en mars 2023 les droits de diffusion de Roland-Garros jusqu'en 2027, France Télévisions signe avec Amaury Sport Organisation les droits de diffusion du Tour de France et du Tour de France Femmes pour les années 2026 à 2030. Le groupe restera ainsi le diffuseur de deux événements majeurs qui contribuent à la diversité unique de son offre de sport.



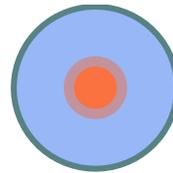


## SEPTEMBRE

### ***lci 12/13 et lci 19/20* : deux nouveaux rendez-vous d'information de proximité**

Le groupe renforce l'ancrage régional de France 3 et son offre de proximité en lançant deux nouveaux rendez-vous d'information quotidiens : *lci 12/13* et *lci 19/20*.

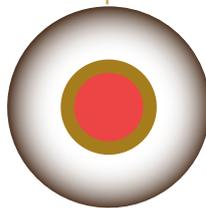
Produits et pilotés par les rédactions des 24 antennes régionales, ils abordent toute l'actualité régionale, nationale et internationale au prisme de leur territoire.



## NOVEMBRE

### **Comité d'experts Outre-mer**

France Télévisions crée un comité d'experts pluridisciplinaire afin d'accompagner la stratégie de développement du Réseau des 1<sup>ère</sup> dans les Outre-mer et favoriser la prise en compte et la juste représentation des enjeux ultramarins au sein de l'ensemble des offres du groupe.



## OCTOBRE

### **Pasteurdon et Octobre Rose**

Acteur de la santé et de la solidarité, France Télévisions s'engage pour la visibilité de deux grandes opérations de sensibilisation et de soutien à la recherche médicale : Octobre Rose, porté par l'association Ruban Rose qui lutte contre le cancer du sein, et le Pasteurdon.





## 8 ET 9 DÉCEMBRE

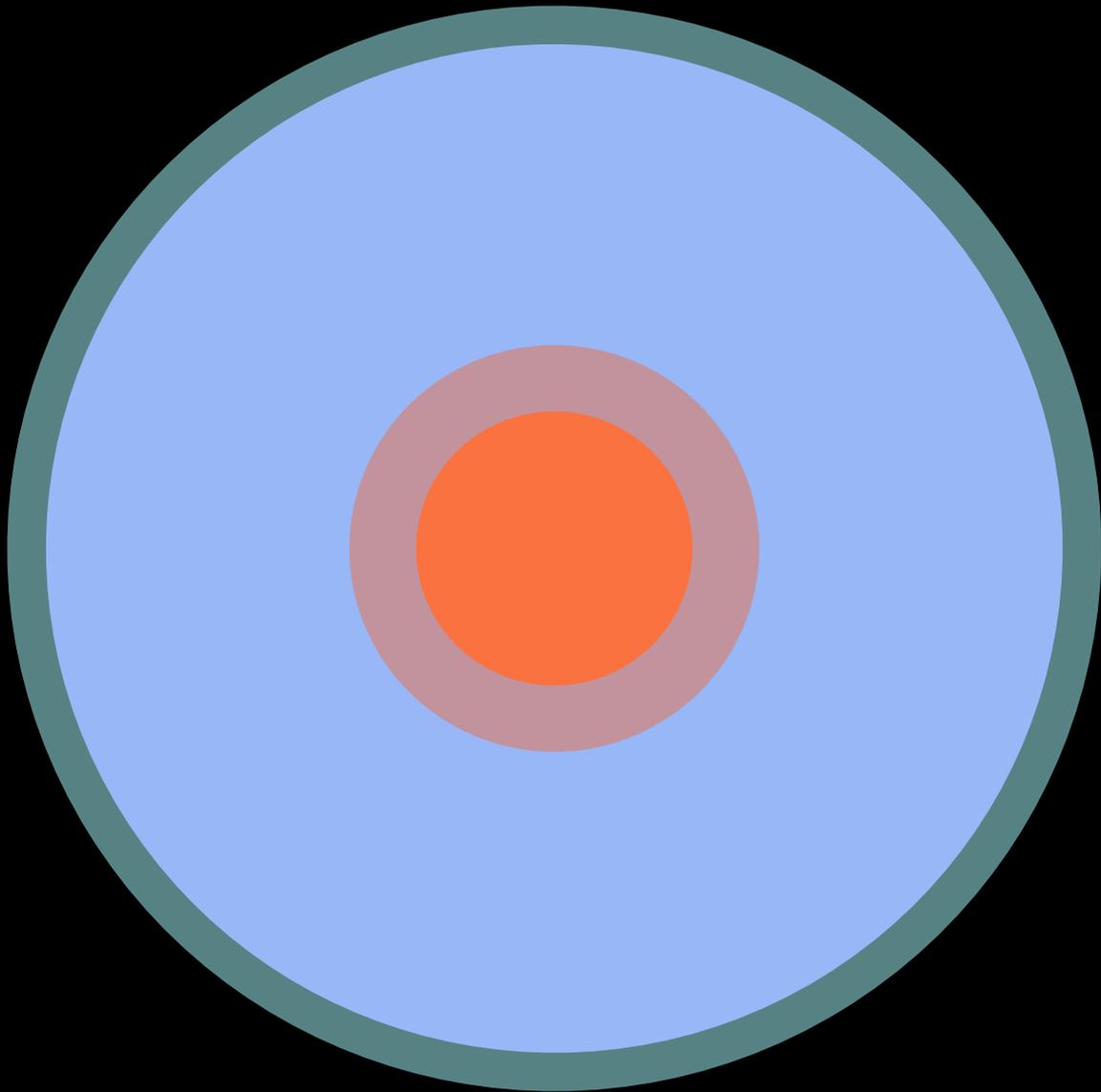
### **30 heures de direct contre les maladies rares**

La 37<sup>e</sup> édition du Téléthon s'est achevée avec plus de 80 millions d'euros de promesses de dons au compteur. Au service de cette grande cause d'utilité publique depuis sa création, France Télévisions a, une nouvelle fois, mobilisé ses équipes, pour offrir près de 30 heures d'antenne au service de la lutte contre les maladies rares.

## 9 NOVEMBRE

### **Lutte contre le harcèlement scolaire**

Dans le cadre de la Journée nationale de lutte contre le harcèlement scolaire, France Télévisions mobilise ses antennes, plateformes et réseaux sociaux pour rassembler les Français, et en particulier les plus jeunes, autour de ce combat essentiel.



2

L'INFORMATION

Le monde  
commence

ici

ici

matin | 12/13 | 19/20

Toute l'info vue de votre région.



## PRIX OBTENUS EN 2023

Reconnu par le public, le travail des rédactions est également distingué par les professionnels, comme en témoigne le prix CIRCOM 2023\* qui a décerné :

**le grand prix dans la catégorie Reportage d'actualité à des journalistes de France 3 Grand Est pour leur reportage sur le deuil périnatal.**

\* CIRCOM (Coopérative internationale de recherche en matière de communication) : association regroupant l'ensemble des télévisions régionales de service public en Europe, la CIRCOM compte 31 pays membres, représentant plus de 250 stations régionales.

## L'INFO DE PROXIMITÉ RENFORCÉE SUR LE RÉSEAU FRANCE 3

France 3 a renouvelé son offre d'information de proximité pour renforcer son ancrage régional, et ainsi offrir une information au plus près de la vie de tous les territoires. Conçues et produites à 100 % depuis les régions, les 48 éditions régionales donnent à voir toute l'actualité par le prisme de chaque territoire.

L'année 2023 marque un tournant dans l'offre d'information des 24 antennes régionales de France 3 avec la création de 48 éditions quotidiennes d'information locale, régionale, nationale et internationale portées par les rédactions régionales : *Ici 12/13* et *Ici 19/20*.

Après la création de l'application commune, ces rendez-vous d'information assurent la montée en puissance de la marque Ici, label conjoint des offres de proximité de l'audiovisuel public.

Les matinales communes avec France Bleu ont également changé d'identité pour épouser la marque Ici. Avec le déploiement à Caen, à La Rochelle, en Isère, dans l'Hérault, dans le Cotentin et dans le Poitou en 2023, ce sont désormais 33 éditions d'*Ici matin* qui offrent aux téléspectateurs de France 3 une offre de proximité sans équivalent. Au programme : de l'information locale, des points météo et trafic réguliers, de l'interactivité et de la bonne humeur.

Piliers de l'information locale, miroir des territoires et reflet de la vie quotidienne des citoyens, les antennes régionales ont multiplié les décrochages exceptionnels pour répondre aux exigences de l'actualité. Elles ont notamment proposé des éditions spéciales lors d'événements marquants comme l'effondrement d'un immeuble à Marseille ou encore la tempête Ciarán en Bretagne.



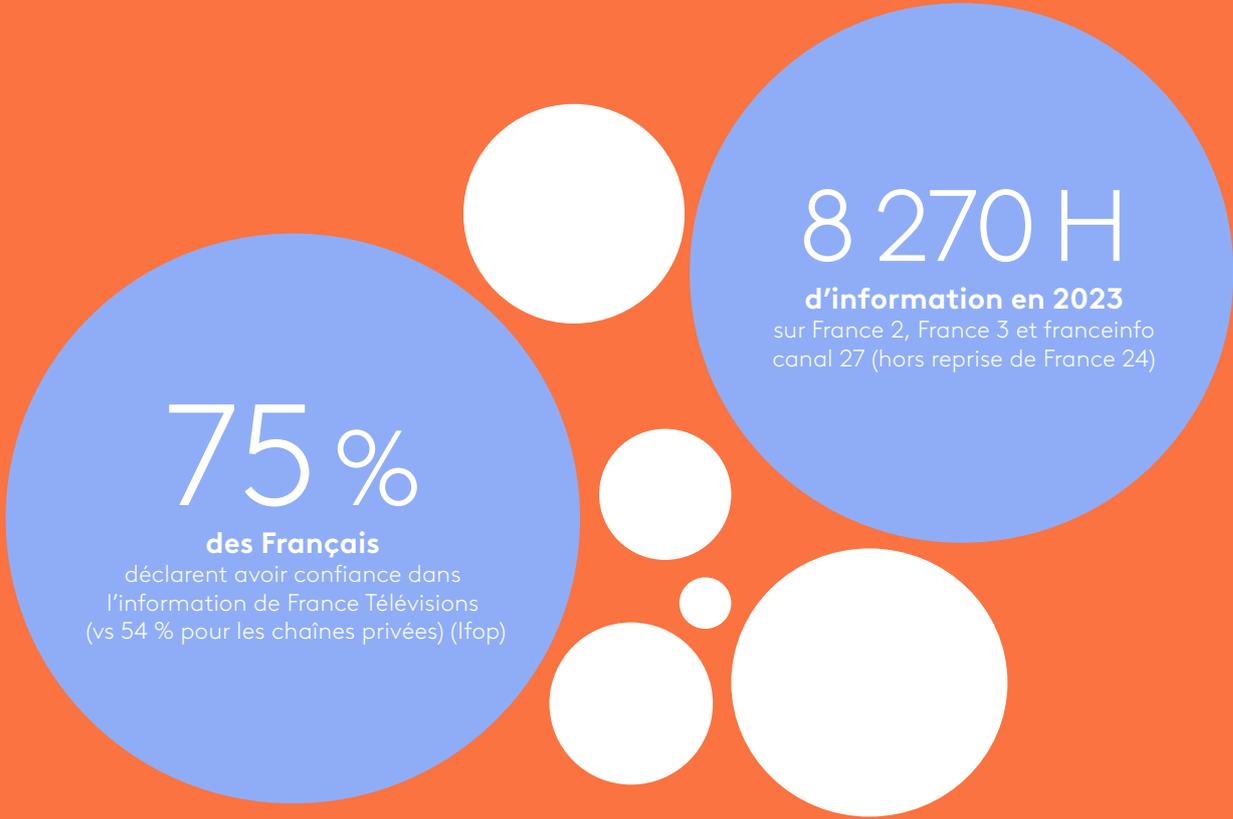
**81 %** DES FRANÇAIS ont confiance dans l'information des JT régionaux de France 3 (Ifop)

**15 MILLIONS** de téléspectateurs regardent une édition d'information régionale chaque semaine

**13,3 MILLIONS** de visiteurs uniques par mois pour les pages régionales de franceinfo

**6,2 MILLIONS** de téléspectateurs regardent chaque jour un programme d'information régional





75%

**des Français**

déclarent avoir confiance dans  
l'information de France Télévisions  
(vs 54 % pour les chaînes privées) (Ifop)

8 270 H

**d'information en 2023**

sur France 2, France 3 et franceinfo  
canal 27 (hors reprise de France 24)

## LES CHIFFRES

UNE INFO DE CONFIANCE QUI DÉCRYPTE LE MONDE

Télématin

**26,5 % de PDA  
en semaine**

Première matinale de France

17 millions

**d'individus**

s'informent quotidiennement  
sur France 2 et France 3

franceinfo  
1<sup>re</sup> plateforme  
d'actualité

3,3 millions  
de visiteurs chaque jour  
sur franceinfo

22 millions  
de visiteurs uniques mensuels  
sur franceinfo

72%  
de la population  
déclare avoir confiance  
dans l'information de franceinfo  
canal 27 (vs 48 % en moyenne  
pour les chaînes privées)

5 millions  
de téléspectateurs  
s'informent chaque semaine  
sur franceinfo canal 27,  
soit un Français sur deux



## UNE INFORMATION DE CONFIANCE QUI DÉCRYPTE LE MONDE

Chaque jour, France Télévisions délivre une information vérifiée et équilibrée afin de donner à tous les clés de compréhension du monde et de permettre à chacun de se forger son opinion.

Les équipes de nos rédactions sont mobilisées sur tous les terrains pour couvrir l'ensemble des événements nationaux et internationaux qui marquent l'actualité. Face à la prolifération des fausses informations, notre offre d'information évolue pour toucher tous les publics, en particulier les plus jeunes, sur tous les canaux.



### PRIX OBTENUS

Grand prix Stratégies de l'Innovation Média : prix argent ex aequo dans la catégorie Meilleure initiative éditoriale / Meilleure enquête pour **Arnaques, fric et politique : le vrai business des influenceurs (Complément d'enquête)**.

Festival TV de Monte-Carlo : Meilleur grand reportage d'actualité pour **Life on the Donbas Frontline (Envoyé spécial)**.

Prix franco-allemand du journalisme : prix documentaire pour **Qatar 2022, un scandale français (Complément d'enquête)**.

Dans ses journaux télévisés, ses magazines et sur franceinfo canal 27, France Télévisions a assuré une couverture approfondie de l'actualité internationale, marquée notamment par la poursuite de la guerre en Ukraine et de celle engagée entre le Hamas et Israël à la suite des attaques du 7 octobre, grâce au travail réalisé par ses envoyés spéciaux et correspondants qui se relayent sur le terrain. À l'occasion du premier anniversaire du déclenchement du conflit en Ukraine, France 2 a proposé une soirée spéciale avec près de 6 heures d'antenne, dont son *Journal de 20 h* délocalisé à Kiev.



D'autres éditions spéciales ont été proposées, à l'occasion d'événements nationaux et internationaux, comme le couronnement de Charles III, la visite du pape à Marseille, l'hommage à Jean Moulin, le défilé du 14 Juillet... Pour renforcer le lien de proximité avec les publics, le *Journal de 13 h* s'est plusieurs fois délocalisé dans les régions (Les Sables-d'Olonne et Collioure) ou à l'occasion de la présentation du parcours de la flamme olympique.



Pour favoriser la pédagogie, l'explication et l'analyse, les journaux télévisés de France 2 ont été dotés d'un nouveau décor qui renforce la lisibilité de l'information et la proximité avec les publics. Grâce au label « vrai ou faux », France Télévisions contribue avec l'ensemble de ses partenaires de l'audiovisuel public à la lutte contre la désinformation par une offre de contenus spécifiques, qui se décline notamment au sein du *Journal de 20 h*.

France Télévisions a lancé *C quoi l'info ?*, une offre de contenus à destination des 12-18 ans accessible sur YouTube, Snapchat, TikTok et sur francetvinfo.fr. Ces vidéos traitent les sujets d'actualité qui sont au centre des préoccupations des plus jeunes, avec un ton adapté à leurs attentes et à leurs usages.

Pour renforcer le traitement des enjeux écologiques et sensibiliser les téléspectateurs aux conséquences du changement climatique au

quotidien, France Télévisions a innové en lançant le *Journal Météo Climat*, qui propose chaque jour reportages et interventions d'experts pour approfondir la compréhension des phénomènes météorologiques.

Véritable marqueur de la télévision publique, nos magazines d'information accordent une large place à l'investigation (*Envoyé spécial*, *Complément d'enquête* ou *Cash investigation* qui a fêté ses 10 ans).

La nouvelle émission hebdomadaire *En société* est venue élargir l'offre de magazines consacrés à la politique, au débat et aux idées (*L'Événement*, *C dans l'air*, *C ce soir...*).



## L'INFORMATION EN OUTRE-MER

Véritables médias globaux, les neuf stations du Réseau des 1<sup>ère</sup> proposent une offre de proximité accessible sur tous les supports, largement plébiscitée par les Ultramarins.

# 148

**MILLIONS DE VISITES**

sur le portail numérique des Outre-mer et les sites et applications La 1<sup>ère</sup> en 2023, pour 46,7 millions de vidéos vues



Particulièrement mobilisées pour couvrir les événements majeurs qui ont marqué l'actualité de leurs territoires, les antennes ultramarines ont également contribué à la visibilité de l'information des Outre-mer sur l'ensemble de l'offre du groupe.

En prise directe avec la vie des Outre-mer, les 1<sup>ère</sup> proposent chaque jour une offre d'information complète à la radio, à la télévision et sur le numérique. Incontournables dans chacun des territoires, les journaux télévisés du soir sont un temps fort de la programmation des chaînes et rassemblent en moyenne 60 % des téléspectateurs.

Chacune des stations a mobilisé ses offres lors des événements marquants de l'année. Polynésie La 1<sup>ère</sup> a assuré une couverture approfondie des élections territoriales de 2023, échéance majeure de la vie démocratique de l'archipel. À Mayotte, l'actualité liée aux crises sanitaires et sécuritaires a fait l'objet d'un traitement approfondi pour donner à la population mahoraise les clés de compréhension de la situation et l'accompagner dans son quotidien. Le travail réalisé par les équipes de la station a également été relayé à l'échelle nationale dans l'offre d'information du groupe. Les antennes ultramarines ont également proposé une édition spéciale exceptionnelle à l'occasion du 175<sup>e</sup> anniversaire de l'abolition de l'esclavage en France et du 220<sup>e</sup> anniversaire de la mort de Toussaint Louverture.

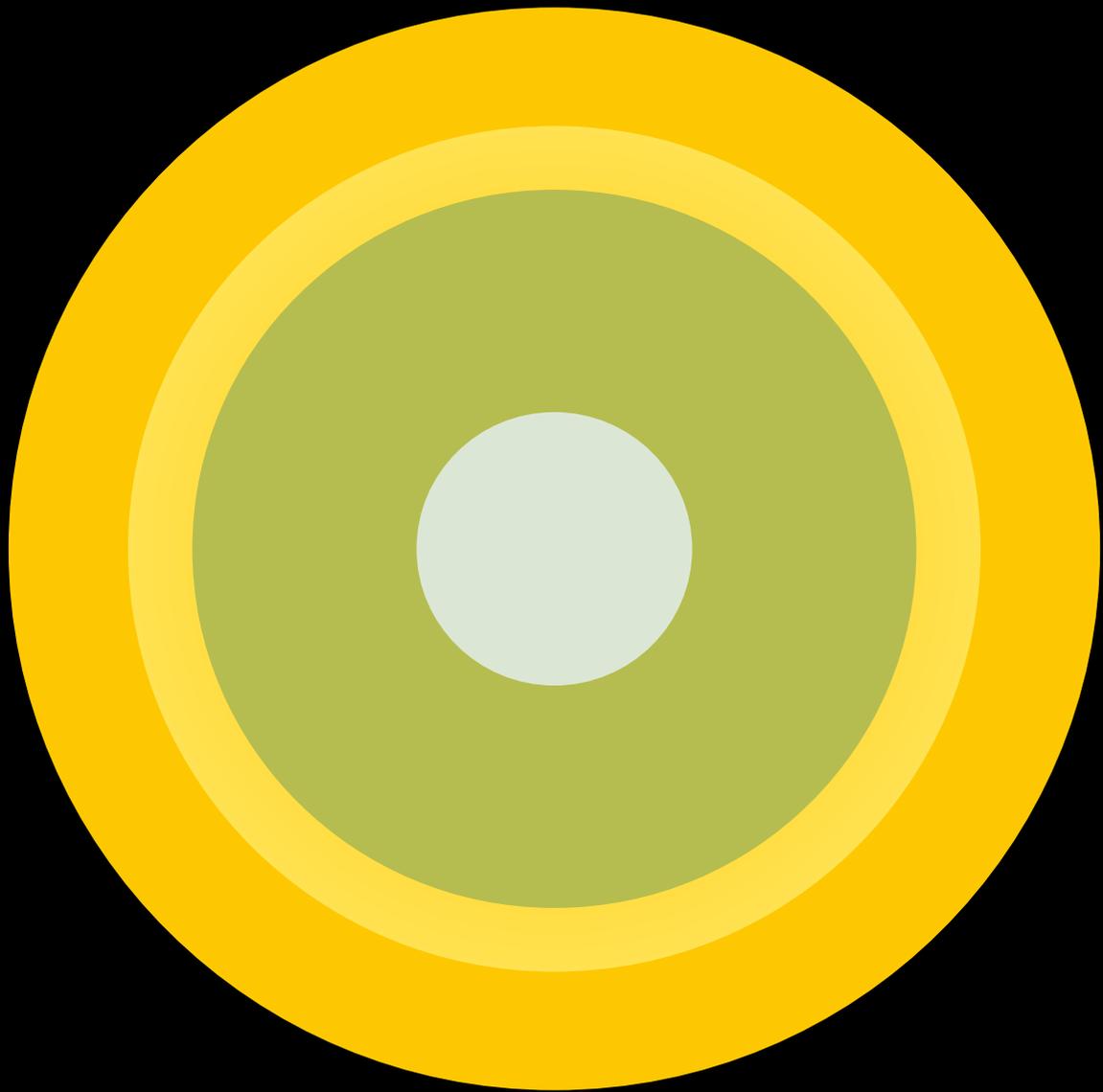
En 2023, l'offre numérique Outre-mer de France Télévisions s'est enrichie grâce à la création, sur le portail La1ere.fr, d'un nouveau flux en continu qui retransmet les journaux télévisés et les éditions d'information de l'ensemble des stations 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

**19 %**  
**DES ULTRAMARINS**  
sont touchés chaque jour par les chaînes TV du Réseau La 1<sup>ère</sup>

**31 %**  
**DES ULTRAMARINS**  
suivent un journal du soir en direct

**19 %**  
**DES ULTRAMARINS**  
sont touchés chaque jour par les radios du Réseau La 1<sup>ère</sup>, soit plus de 400 000 auditeurs





# 3

**NOS  
PROGRAMMES**

500 millions

France Télévisions a investi dans la création audiovisuelle et cinématographique française et européenne

440 millions

Le montant total consacré à la création audiovisuelle, faisant de France Télévisions le premier financeur de la création française

## RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS

PAR GENRE DE PROGRAMMES POUR 2023

286 millions  
pour la fiction

107 millions  
pour  
le documentaire

Près de 500 sociétés  
de production  
différentes

ont contribué à cette offre,  
qui présente une diversité sans  
équivalent dans le paysage  
audiovisuel

17 millions  
pour le spectacle  
vivant

30 millions  
pour l'animation

64,5 millions

France Télévisions a réalisé  
un investissement de 64,5 M€  
et il est premier partenaire  
du cinéma en clair

28 millions

**Entrées en salles**  
Sur 64 films financés,  
22 étaient des premiers films  
et 12 des deuxièmes films



## FICTION

Diversité des thèmes,  
des formats, des univers,  
des écritures...

L'offre de fiction de France  
Télévisions touche tous  
les publics par la pluralité  
de ses récits. Incontournable  
sur nos antennes linéaires,  
elle occupe également  
une place de choix sur  
notre plateforme france.tv.

**19,1** MILLIONS  
de téléspectateurs touchés  
par semaine par notre offre  
de fiction

**175** SOIRÉES  
en tête des audiences  
sur France 2 et France 3

**285** MILLIONS DE VIDÉOS  
de fiction vues sur france.tv,  
soit la moitié de la  
consommation vidéo sur la  
plateforme

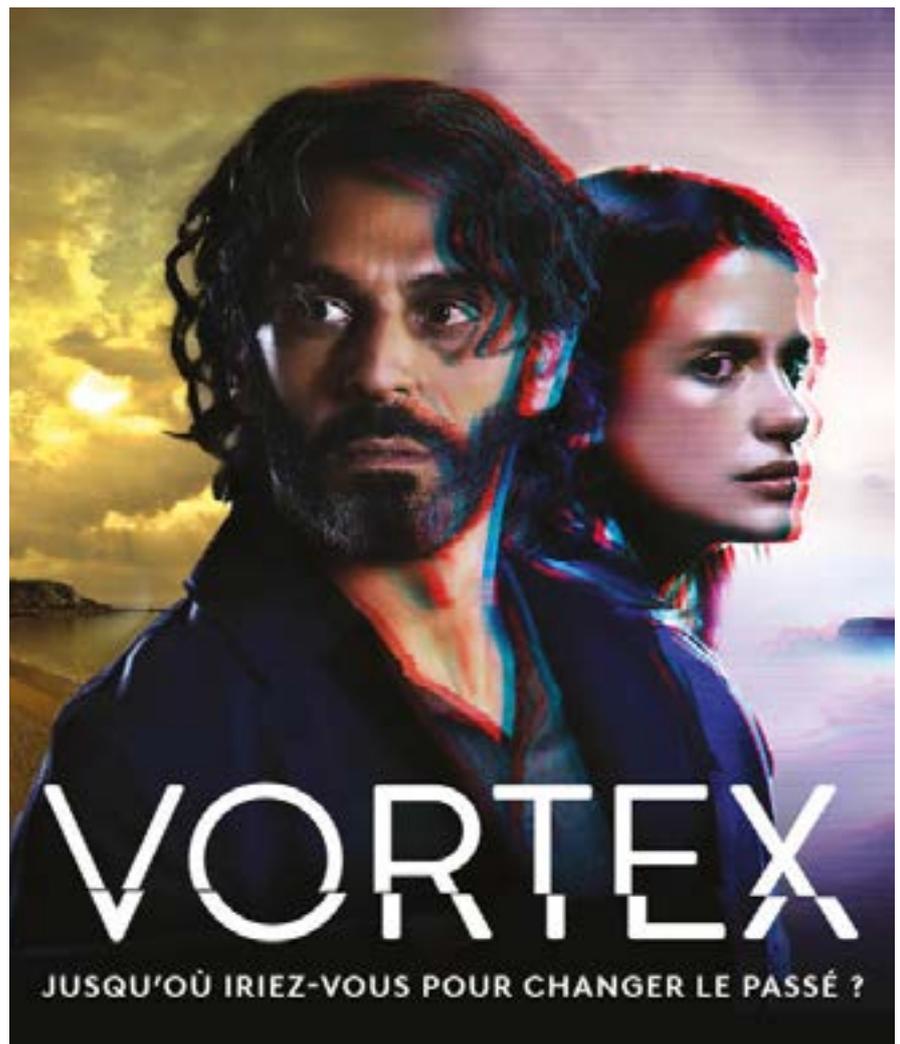


Astrid et Raphaëlle

En 2023, France Télévisions a consacré 280 premières parties de soirée à ce genre, dont trois quarts consacrées à la fiction française. D'une diversité unique au sein du paysage audiovisuel, la fiction de France Télévisions se renouvelle en permanence pour rendre accessibles à tous des propositions originales qui explorent notre monde et nourrissent les imaginaires. L'engouement des Français pour cette offre ne se dément pas, notamment sur france.tv où a été lancée une chaîne en continu intégralement consacrée à ce genre.

Tout au long de l'année, l'offre de fiction du groupe rassemble les Français autour de personnages auxquels ils sont particulièrement attachés, comme le démontre le succès constant d'*Alex Hugo*, *Capitaine Marleau*, *Astrid et Raphaëlle* ou *La Stagiaire*, sans oublier *Un si grand soleil*, feuilleton quotidien le plus suivi de France.

Créative et inspirante, la fiction de France Télévisions éclaire l'histoire (*Clemenceau*, *la force d'aimer*, *L'Histoire d'Annette Zelman*, *Filles du feu*) et plonge ses publics dans des univers futuristes (*Vortex*, *Abysses*) pour mieux éclairer notre présent.





## PRIX OBTENUS EN 2023

En 2023, 19 créations de France Télévisions ont été récompensées, parmi lesquelles :

### **Parlement** (saison 3)

prix de la meilleure série de 26 minutes au Festival de la fiction de La Rochelle

### **Fille de paysan**

prix de la meilleure interprétation féminine pour Carole Bianic, au Festival de la fiction de La Rochelle

### **Le Village des endormis**

prix de la réalisation pour Philippe Dajoux et prix du Meilleur espoir masculin pour Julien Crampon au Festival de Luchon

### **Répercussions**

prix du scénario à Loïc Belland et ses coauteurs au Festival de Luchon

**Les Enfants des Justes** de Fabien Oteniente, Laurier de la fiction

**Chair tendre** de Yaël Langmann, Laurier numérique

Plusieurs fictions ont ouvert le débat sur des sujets de société majeurs, tels que la dépendance aux drogues chez les jeunes (*Maman, ne me laisse pas m'endormir*) ou la protection de l'enfance (*Je suis né à 17 ans*).

*Sambre*, série réalisée par Jean-Xavier de Lestrade revenant sur les trente ans de traque du « violeur de la Sambre », a réuni 5 millions de téléspectateurs sur France 2 et france.tv. Avec 1,7 million de téléspectateurs par épisode en avant-première ou en rattrapage sur france.tv, *Sambre* a réalisé le meilleur démarrage historique d'une fiction sur notre plateforme.



La richesse de notre offre de fiction s'appuie également sur les productions de nos antennes régionales et ultramarines : *La Seria* (France 3 Occitanie), *Paoliwood* (France 3 Corse Via Stella) ou *Ultra Loin* saison 2 (La1ere.fr) mettent à l'honneur la diversité des territoires.

L'offre de fiction à destination des jeunes publics a également poursuivi son développement avec *Déter*, *Split*, *Caro Nostra* ou *Les Histoires d'Anouk*, proposées sur France TV Slash.



## 76 PRIX OBTENUS EN 2023

La liste des récompenses obtenues par les documentaires de France Télévisions confirme l'exigence de notre offre.

- 7 prix pour *20 jours à Marioupol*, dont celui du prix du public dans la catégorie Meilleur documentaire du monde au Sundance Film Festival.
- 10 prix pour *On a marché sous la terre*.
- 2 récompenses au Fipadoc : le grand prix « documentaire national » pour *Moissons sanglantes : 1933, la famine en Ukraine* et le prix PFDM (Pour les femmes dans les médias) pour *Les Fantômes du pétrole* (*Le Monde en face*).
- 2 prix obtenus au Figra, pour *La Vengeance de Poutine*, mention spéciale du jury dans la catégorie Internationale plus de 40 minutes, et le prix Terre(s) d'Histoire à *Mendès la France*.
- Le prix Albert-Londres a été remis à Héléne Lam Trong, la réalisatrice de *Daech, les enfants fantômes*.

## DOCUMENTAIRE

Comprendre notre monde dans toute sa complexité, explorer la société en profondeur, révéler la richesse de la culture et du patrimoine...

Le documentaire ouvre les perspectives et élargit les horizons.



Première série webdocumentaire du Pôle Outre-mer produite par Martinique La 1<sup>ère</sup> qui raconte les migrations vers la Martinique de la période post-abolitionniste à aujourd'hui.

Sur France Télévisions, le documentaire entre en résonance avec les grandes questions qui traversent notre société. Il enrichit le regard sur le passé, éclaire le présent et aide à penser l'avenir grâce à des créations originales programmées à des heures de grande écoute comme *L'Affaire Jeanne d'Arc*, *L'Affaire d'Outreau*, *Apocalypse*, *Le Collège de Monsieur Paty*.

Dans un monde sous tension, notre offre de documentaires accorde une large place aux enjeux géopolitiques et à l'environnement. *Poutine et les oligarques*, *Planet Killers* ou encore *Daech, les enfants fantômes* abordent frontalement les grands défis auxquels notre époque doit faire face.

Nos grands rendez-vous hebdomadaires tels que *Science grand format*, *Le Monde en face* ou *Infrarouge* sont une vitrine de choix pour nos documentaires dans toute la diversité de leurs thèmes et de leurs formats.

Nos séries de découverte, comme *Des trains pas comme les autres* ou *Nus & Culottés*, ont également confirmé leur succès estival. Notre offre à destination des jeunes adultes s'est enrichie de propositions originales, avec notamment *Camille cherche l'amour* ou *Eloi, en quête d'un disparu*.

Particulièrement riche, notre offre régionale et ultramarine est le reflet de la diversité de notre société et de nos territoires. Au plus près de la réalité vécue par nos publics, ces documentaires mettent en lumière des parcours singuliers (*Louis Schittly, de terre et de guerre*) et l'engagement de celles et ceux qui, au quotidien, tissent des liens entre les Français (*Nous, soignants*).

## France Télévisions, 1<sup>er</sup> diffuseur et soutien à la création documentaire



5380 h

SUR LES ANTENNES NATIONALES

3644 h

SUR LES ANTENNES RÉGIONALES  
TOUTES RÉGIONS CUMULÉES

18,3

MILLIONS  
DE TÉLÉSPECTATEURS  
TOUCHÉS

par notre offre de documentaires  
chaque semaine

10

HEURES PAR JOUR  
SUR FRANCE 5

en moyenne

+3000

DOCUMENTAIRES  
ACCESSIBLES  
SUR FRANCE.TV



## CINÉMA

Acteur majeur du financement du cinéma français, France Télévisions met le 7<sup>e</sup> art à l'honneur toute l'année sur ses antennes.

Le public a plébiscité ces choix, tant sur les antennes (plus de 25 millions de spectateurs chaque mois) que via la plateforme (17,5 millions de vues).

Parmi les succès publics de 2023 figurent *Antoinette dans les Cévennes* et *Boîte noire*, qui ont réuni plus de 5 millions de téléspectateurs sur France 2.



### PRIX OBTENUS EN 2023

**Une moisson considérable :**  
**46 prix ont été attribués aux longs-métrages** coproduits par le groupe et **37 à ses courts-métrages**.

Parmi eux, à Cannes, où figuraient 22 de ses coproductions, le film **Anatomie d'une chute** a reçu la Palme d'or, tandis que le prix de la mise en scène est allé à **La Passion de Dodin Bouffant**.

Plusieurs films ont été récompensés dans le cadre des César : **À plein temps** (2 César), **Simone, le voyage du siècle** (2 César) et **Revoir Paris** (1 César).

Les courts-métrages se sont également distingués. **Maria Schneider 1983** a été récompensé d'un César, **La lutte est une fin** a reçu le grand prix de la compétition nationale au Festival international du court-métrage de Clermont-Ferrand.

**Rapide** a obtenu le prix du meilleur premier film au Festival Côté Court, et **Sèt Lam** le Golden Gate Award catégorie fiction (Festival international du film de San Francisco).

Partenaire du Festival de Cannes, France Télévisions a partagé son amour du cinéma, proposant une programmation enrichie durant toute la quinzaine, et a retransmis les temps forts de l'événement en délocalisant notamment ses émissions culturelles : *C à vous*, *La Grande Librairie*, *20h30 le dimanche*, *Télématin*... Au total, 35 millions de téléspectateurs ont été séduits par ce dispositif.

L'année 2023 a également été marquée par des nouveaux rendez-vous. *Beau Geste*, présenté par Pierre Lescure, emmène le téléspectateur là où bat le pouls du cinéma : en tournage, en avant-première, dans les festivals, en France comme à l'étranger, sur les films intimistes comme sur les comédies populaires.

Parallèlement, Culturebox s'est enrichi d'un rendez-vous hebdomadaire, le samedi soir, consacré au cinéma d'art et essai.

Pour le groupe, 2023 fut aussi l'année du court-métrage. La programmation de Culturebox s'est renforcée avec la diffusion, en prime time – soit une fenêtre exceptionnelle pour ce format –, d'œuvres en résonance avec l'actualité, sur le thème de la Saint-Valentin par exemple ou lors du Festival du court-métrage de Clermont-Ferrand.

*Outre-mer tous courts*, le rendez-vous dédié au court-métrage dans les Outre-mer et diffusé sur le réseau des 1<sup>ère</sup>, a adopté un nouveau format mensuel et a programmé des œuvres issues des trois bassins : Atlantique, Indien et Pacifique.

**25,7** MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS  
ont regardé au moins un film par mois  
sur les antennes du groupe

**17,5** MILLIONS DE VIDÉOS VUES  
sur france.tv

**484** FILMS DIFFUSÉS EN 2023  
dont 200 exclusivement sur france.tv







La Fête de la Musique





## CULTURE

Ouvertes à tous les arts, les antennes de France Télévisions proposent chaque jour une offre culturelle d'une richesse inégalée.

À travers des émissions diversifiées et la retransmission de spectacles vivants, le groupe participe au rayonnement d'événements culturels et invite tous les publics à découvrir de nouveaux talents.

**25** MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS touchés en moyenne chaque mois par **Culturebox** et 11,5 millions chaque semaine

**150** SPECTACLES ont été diffusés en première partie de soirée sur **Culturebox** en 2023

**30** MILLIONS DE VIDÉOS sur **Culture Prime** par mois sur l'ensemble des réseaux sociaux

Sur l'ensemble des antennes, la culture a sa place au quotidien et dans tous les formats. Parmi les grands événements qui se sont imposés comme des rendez-vous incontournables, le Concert du Nouvel An à Vienne, *Musiques en fête*, le *Concert de Paris* ou le « Grand Spectacle » du Festival interceltique de Lorient ont rassemblé un large public. Parmi les spectacles retransmis sur nos antennes figuraient également *Carmen* aux Chorégies d'Orange, *Welfare* au Festival d'Avignon, *Drôle de genre*, *Rhapsodie*, *le cirque philharmonique*, ou *Arcomik fête ses 20 ans en humour*.

Nos grandes émissions culturelles mettent à l'honneur divers genres artistiques et se sont fait l'écho des grands événements artistiques de l'année comme *Le Grand Échiquier*, dont un numéro a été consacré à l'Arménie, *Voyages en langue française*, *Fauteuils d'orchestre* pour le centenaire de Maria Callas ou le *Concert pour l'Iran*.



Le Concert de Paris



L'offre culturelle de nos réseaux, régional et ultramarin, a donné une visibilité unique à des talents issus de tous les territoires : retransmission de concerts de Zily, Mario Canonge ou Gulaan sur les 1<sup>ère</sup>, émissions originales comme #Studio3 sur France 3 Auvergne-Rhône-Alpes ou *Le Live de France 3 Bretagne*.

Culturebox, notre offre culturelle présente chaque jour sur le canal 14 en soirée et à tout moment sur france.tv, propose une diversité de propositions unique dans le paysage audiovisuel. Sur le canal 14, elle a diffusé 275 événements culturels en première partie de soirée, dans tous les arts et tous les genres.

Toujours innovante, la chaîne a renouvelé la formule de *Culturebox, l'émission*, le rendez-vous quotidien ouvert aux artistes, et proposé une expérience immersive avec le musicien Hervé.



L'engagement fort de France Télévisions en faveur de l'accès à la culture passe aussi par la promotion du livre et de la lecture, à travers nos programmes (*La Grande Librairie*, *La Petite Librairie*, *Yétili...*), notre soutien à des initiatives fortes (le Quart d'heure de lecture national du 10 mars, Les Nuits de la lecture) et à des événements littéraires comme le Festival de la bande dessinée d'Angoulême.

# 650

## VIDÉOS

publiées par **Culture Prime** sur Facebook en 2023, constituant le premier réseau social de l'offre, avec plus de 1 million d'abonnés



David Guetta, Main Square Festival



## PRIX OBTENUS EN 2023

*Linda veut du poulet*, film animé, a gagné 10 prix, dont le Cristal du long-métrage, le prix Fondation GAN à la diffusion au 47<sup>e</sup> Festival international du film d'animation d'Annecy, le Grand Prix et le prix Kinolights au 25<sup>e</sup> BIAF (Corée du Sud).

## JEUNESSE

Pour répondre aux attentes des enfants et proposer une offre divertissante qui favorise leur éveil et développe leur curiosité, Okoo se réinvente en permanence.

Accessible sur nos antennes linéaires comme sur nos environnements numériques, Okoo développe une offre de programmes complète à destination des 3-12 ans.

Pilier majeur d'Okoo, l'offre d'animation se renouvelle constamment en abordant des univers originaux. Inspirées d'œuvres littéraires comme *Le Petit Prince et ses amis* ou *Tobie Lolness*, favorisant l'apprentissage à l'instar de *Tantranimmo*, stimulant l'imagination grâce à l'enquête et l'action comme *Coop Troop* ou *Mystery Lane*, nos séries

d'animation proposent aux plus jeunes d'allier divertissement et découverte. Pour prolonger ses liens avec ses publics, Okoo a également développé des contenus audio originaux pour tous les âges, déclinés de leurs programmes favoris comme *Edmond et Lucy*, *Les As de la jungle*, *Foot2Rue* ou *Lolirock*.

Pour accompagner les enfants dans leur quotidien et dans l'acquisition des savoirs, Okoo propose également des émissions ludo-éducatives. Désormais quotidienne, *Okoo-koo* met à l'honneur tous les centres d'intérêt des plus jeunes et maintient une forte interactivité avec les publics, grâce notamment aux séquences « tutos » et aux questions posées par les enfants via l'application. Le lancement de *T'es au top* a permis d'aborder la délicate question de la santé mentale des enfants. Dans ce programme, Théo Curin donne la parole aux enfants pour qu'ils expliquent les difficultés auxquelles ils sont confrontés et tentent de les résoudre avec l'aide d'un psychiatre. Pour sa deuxième saison, *Les Extra Curieux* ont exploré la faune et la flore dans un format ludo-pédagogique prolongé par des modules sur Lumni.

Destinée aux préadolescents, l'offre de fiction d'Okoo s'est enrichie de nouveaux titres avec *Les Étincelles invisibles*, la saison 3 de la série *Au galop!* et *Les Fabuleuses Méaventures de Renard*. De retour pour une sixième saison, *ASKIP, le collègue se la raconte* a également été décliné au format podcast.

**3,4** MILLIONS D'ENFANTS  
sont en contact avec **Okoo** chaque mois

**6 900** HEURES  
d'animation sur les antennes linéaires

**46,5** MILLIONS DE VIDÉOS VUES  
par mois sur la plateforme numérique

**80 %** DE SÉRIES D'ANIMATION  
diffusées sur **Okoo** sont françaises





## ÉDUCATION

Offre éducative éditée en partenariat avec tous les acteurs de l'audiovisuel public, Lumni ne cesse de s'enrichir de nouvelles propositions originales pour accompagner les élèves de tout âge dans leurs apprentissages.

Plus proche de ses publics, Lumni est un partenaire au quotidien pour les jeunes élèves, les familles et les enseignants. Engagé pour la réussite de tous, l'offre agit aussi en faveur de l'éducation aux médias et à l'information

# 7 000

**ÉLÈVES DE PRIMAIRE,  
COLLÈGE ET LYCÉE**

ont bénéficié des actions éducatives Lumni (rencontres métiers, master classes, webinaires, ateliers...)

# 30 000

**ÉLÈVES DE PRIMAIRE**

ont pu assister au webinaire *1 jour 1 actu, le direct* sur le métier de reporter de guerre, organisé par Milan Jeunesse, en partenariat avec Lumni



# 1 million de visites

chaque mois sur **lumni.fr**

À l'automne 2023, la plateforme lumni.fr a fait peau neuve pour offrir une expérience plus interactive et ludique, et ainsi consolider sa relation avec ses utilisateurs et les inviter à découvrir toute la richesse de son offre. Parmi les ressources variées proposées par Lumni, le nouveau programme *C'est la base* permet de parcourir l'histoire de la poésie de manière originale avec la participation de jeunes rappeurs qui réinterprètent les œuvres des auteurs classiques. *La Grande Aventure des maths* rend accessibles à tous les notions mathématiques en retraçant l'histoire des découvertes scientifiques.

Pour aider à l'acquisition des savoirs et à réviser pour les examens, de nouveaux quiz spécifiques ont été mis en ligne, ainsi que des programmes inédits comme *J'apprends l'anglais avec Essie*. *La rentrée en CP, ça passe* et *La rentrée en 6<sup>e</sup>, ça passe* aident les enfants à appréhender la découverte de ces classes.

Le catalogue en matière d'éducation aux médias poursuit son développement avec le lancement d'*En quête d'images Junior*, *Résotuto* et *S.P.A.M.*

Pour monter en puissance dans son action de terrain pour l'éducation aux médias et à l'information, France Télévisions a lancé, en partenariat avec le ministère de l'Éducation nationale, un tour de France des académies, permettant à nos équipes d'aller à la rencontre d'enseignants qui sont en première ligne du combat contre la désinformation. Des rencontres ont ainsi été organisées à Rennes, Poitiers, Nancy et en Guyane.

Sur le terrain ou à distance, via des master classes, ateliers ou webinaires, les équipes de Lumni ont également mené différentes actions auprès des élèves pour aborder avec eux des thématiques qui les concernent comme la lutte contre le harcèlement scolaire, l'éducation sexuelle et affective, la promotion des valeurs républicaines, la place des filles dans les filières et les métiers scientifiques...





## ACCOMPAGNER LES FRANÇAIS AU QUOTIDIEN

Les programmes de la télévision publique ont aussi pour mission de divertir, de rassembler, de donner la parole aux Français et d'élargir leur horizon.

Grâce à une programmation diversifiée sur l'ensemble de ses antennes, en journée comme en soirée, France Télévisions fédère, cultive et accompagne toutes les générations.

Reflet des préoccupations des Français, notre offre de programmes met à l'honneur une information de référence en matière de santé et de bien-être (*Le Mag de la santé, Bel et bien, La Maison des Maternelles*), met en lumière la richesse du patrimoine et des territoires (*Météo à la carte, Affaire conclue*) et ouvre la parole sur des sujets intimes et des questions de société (*Ça commence aujourd'hui, Un dimanche à la campagne*) pour créer du partage et de l'échange.

Au cœur de la vie quotidienne, les programmes régionaux et ultramarins développent leur offre d'émissions culinaires qui valorisent la diversité des cultures locales. Avec *Outremer gourmand, Chef Pays, La Cuisine des mousquetaires, Homard et cordon bleu* ou *Nos terres gourmandes*, les saveurs et les inspirations s'échangent et se partagent.

Suivis par plus de 20 millions de Français par semaine, nos jeux sont des rendez-vous appréciés par les publics, qui mettent à l'honneur la culture générale et la langue française (*Tout le monde veut prendre sa place, Slam, Questions pour un champion*) dans une atmosphère bienveillante et fédératrice. *Le Jeu des 1 000 euros*, adaptation du jeu culte de France Inter, est venu compléter notre offre. *The Floor* a rejoint les rangs de nos émissions de divertissement qui rassemblent toute la famille en soirée comme *100 % logique, Fort Boyard* ou *La Carte aux trésors*.





## SPORT

Ouverte à toutes et à tous, sans frontière, unique par sa diversité, l'offre sportive de France Télévisions est très largement plébiscitée par les Français.

À travers la retransmission de grandes compétitions internationales et la couverture de toute l'actualité sportive, nous rassemblons tous les publics autour de grandes émotions partagées.



### PRIX OBTENUS EN 2023

France Télévisions et le Tour de France ont reçu, lors de la cérémonie des Sportel Awards 2023, **le prix de l'Innovation** (accès aux échanges entre directeurs sportifs et coureurs du Tour de France Hommes) et **le prix du Ralenti** (séquence tournée lors d'un contre-la-montre du Tour de France Femmes).

Présent sur tous les terrains, France Télévisions fait vivre aux Français les grands événements sportifs incontournables comme le Tour de France, Roland-Garros, le Tournoi des Six Nations ou encore les Championnats du monde de ski à Courchevel Méribel. Parmi les temps forts de l'année, la rencontre France-



Namibie lors de la Coupe du monde de rugby organisée en France a réuni 10,7 millions de téléspectateurs sur France 2. Acteur engagé dans l'exposition des sports féminins, France Télévisions a retransmis 32 matchs de la Coupe du monde FIFA 2023, disputée en Australie. Le quart de finale France-Australie a réuni près de 6 millions de téléspectateurs lors de sa diffusion matinale sur France 2. En plus des nombreuses compétitions mixtes diffusées sur nos antennes, les éditions féminines de grands rendez-vous sportifs ont également été retransmises, comme le Tournoi des Six Nations, le Tour de France ou Paris-Roubaix.

Les antennes régionales et ultramarines du groupe contribuent pleinement à la richesse de l'offre sportive. Sur France 3, 112 événements sportifs ont été retransmis au niveau régional, représentant 15 disciplines (basket, football, pétanque...). Le nouveau rendez-vous hebdomadaire *Sports d'ici*, diffusé sur l'antenne nationale, met en lumière l'actualité sportive partout en France, au plus près de tous les Français.

En Outre-mer, les 1<sup>ère</sup> ont retransmis le Grand Raid de La Réunion, les Tours cyclistes des Antilles et de la Guyane, ou la Hawaiki Nui Va'a en Polynésie.

4 000 h

SUR FRANCE.TV

900 h

EN DIRECT SUR LES ANTENNES NATIONALES

818 h

SUR LES ANTENNES RÉGIONALES



54

MILLIONS DE FRANÇAIS

ont regardé au moins 15 minutes de sport sur nos antennes

120

DISCIPLINES SPORTIVES

différentes abordées ou diffusées en clair



## EN ROUTE POUR PARIS 2024

Plus d'un an avant le début des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris, France Télévisions a déployé un dispositif d'envergure pour partager avec tous les Français la ferveur des préparatifs de cet événement historique, aux côtés des athlètes et de tous ceux qui feront des Jeux une grande fête mondiale.



### PRIX OBTENUS EN 2023

Le film signature de France Télévisions pour **les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024** a reçu le Silver Award au Promax Global Excellence à New York et le 3<sup>e</sup> prix catégorie Production son-Musique synchronisée pour une reprise au Club des directeurs artistiques de Paris.

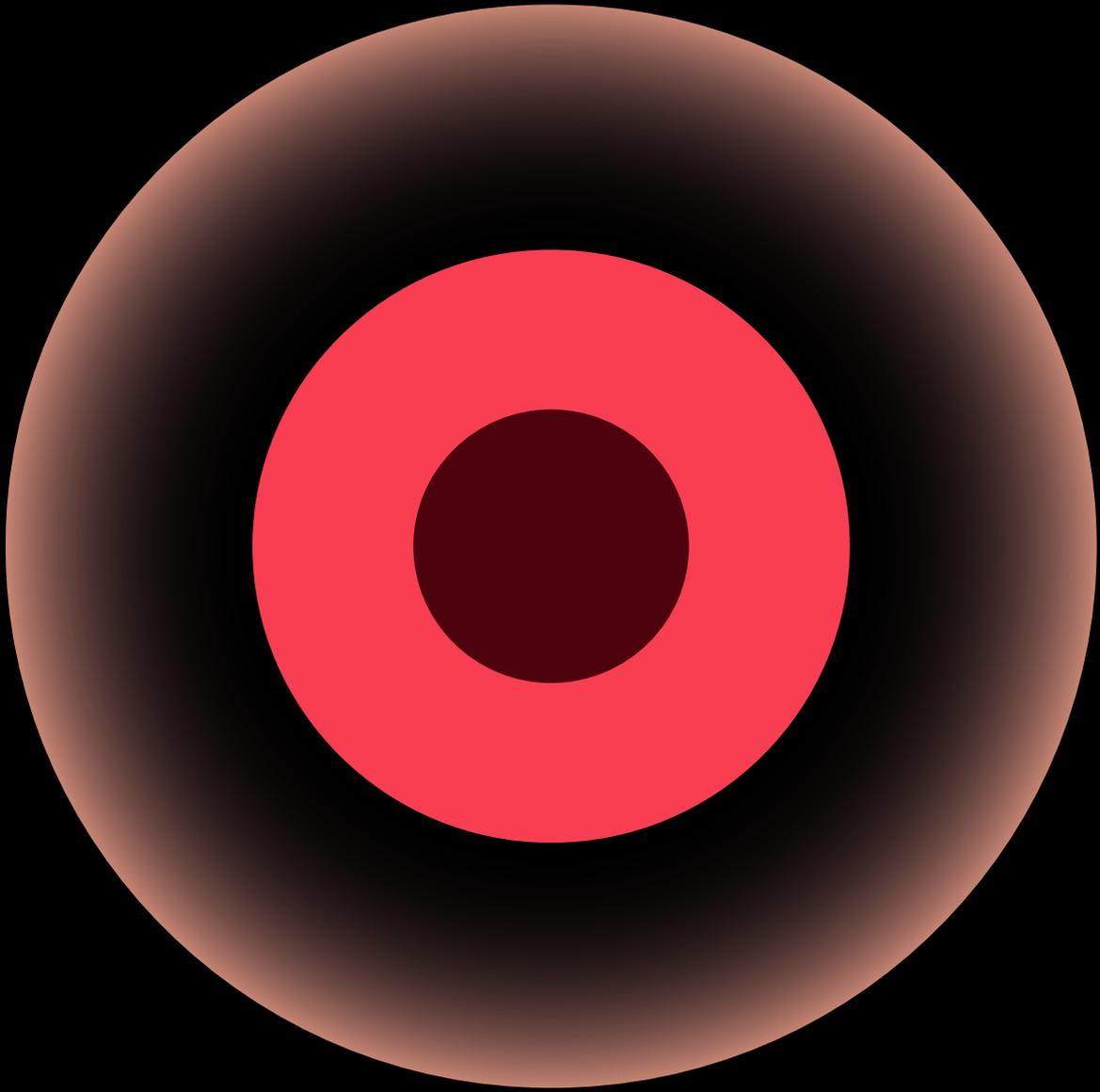
Sur nos antennes, le compte à rebours a été lancé à J-500 des Jeux Olympiques et des Jeux Paralympiques, à l'occasion de journées spéciales qui ont mobilisé les rédactions des éditions d'information et des émissions sportives (*Tout le sport*, *Stade 2*) pour mettre en lumière les défis liés à l'organisation de l'événement et à l'entraînement des sportifs.

À un an jour pour jour du lancement de l'événement, un nouveau rendez-vous quotidien a vu le jour. Chaque soir de la semaine sur France 3, *Aux Jeux, citoyens !* a proposé un véritable feuilleton quotidien pour la préparation de Paris 2024, a fait revivre les moments qui ont marqué l'histoire olympique et connaître les athlètes qui porteront les couleurs de la France dans toutes les disciplines.

À cette même occasion, France Télévisions a organisé sur le parvis de l'Hôtel de Ville de Paris un grand concert, diffusé sur France 2, qui a fait dialoguer la musique et le sport le temps d'une soirée exceptionnelle.

Culturebox a débuté sa mobilisation pour faire rayonner les créations originales proposées dans le cadre de l'Olympiade culturelle partout en France. Chaque mois, une nouvelle captation de spectacle issu de cette programmation pluridisciplinaire est diffusée pour donner une autre résonance aux valeurs du sport, de l'olympisme et du paralympisme.





4

UNE ENTREPRISE  
ENGAGÉE EN PHASE  
AVEC SON TEMPS



## ENVIRONNEMENT

### UN MÉDIA ENGAGÉ POUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

# 10%

**DE RÉDUCTION**

de nos émissions de gaz à effet de serre  
par rapport à 2021.

# 2781

**SUJETS CONSACRÉS  
À L'ENVIRONNEMENT**

dans nos éditions d'information

L'engagement de France Télévisions dans la lutte contre le changement climatique et la protection de l'environnement est au cœur de son offre de programmes.

Il est également pleinement intégré à la stratégie de l'entreprise à travers une action ambitieuse pour limiter l'impact écologique de l'ensemble de ses activités.

Expliquer les causes et les effets du changement climatique, sensibiliser tous les publics aux moyens d'agir en faveur de l'environnement : ces deux missions essentielles sont portées dans notre offre par l'ensemble des genres de programmes. Journaux et magazines d'information, documentaires, magazines, fictions (*Abysses*) ou soirées spéciales (*Les Super-Pouvoirs de l'Océan*) multiplient les éclairages pour mieux donner à comprendre ce phénomène mondial. Chaque lundi sur France 5, un documentaire abordant l'écologie est diffusé en première partie de soirée, notamment nos émissions consacrées à ce sujet comme *Sur le front* avec Hugo Clément ou *Sale Temps pour la planète*.

La création du *Journal Météo Climat*, innovation unique dans le paysage audiovisuel, a significativement renforcé le traitement de ces enjeux. Ce nouveau rendez-vous quotidien sur France 2 et France 3 met en perspective les prévisions météorologiques en abordant les évolutions du climat grâce aux interventions d'experts reconnus et fait connaître aux téléspectateurs les solutions pour réduire leur impact sur l'environnement.

Alors que l'écologie est un domaine particulièrement concerné par la prolifération de la désinformation, ces courts journaux contribuent à la sensibilisation de tous les publics par la diffusion d'une information scientifique de référence.



France Télévisions mène une action pionnière à l'échelle de l'ensemble du secteur audiovisuel pour favoriser l'adoption de pratiques plus sobres. Membre fondateur du collectif Ecoprod, le groupe a vu son engagement reconnu par l'attribution du label Ecoprod pionnier à *Un si grand soleil* et *Déter*, deux fictions produites par France TV Studio. Le 26 juin, France Télévisions a organisé dans ses locaux une journée d'échanges autour de la transition écologique, réunissant des experts et ses partenaires autour d'une mobilisation commune pour réduire l'empreinte environnementale du secteur.

Le groupe a aussi mis en œuvre de nouvelles actions concrètes pour plus de sobriété dans la conduite de ses activités. Par la signature d'une charte « Relations fournisseurs et achats responsables », France Télévisions a réaffirmé sa vocation à s'appuyer sur l'engagement de l'ensemble de ses partenaires pour développer sa responsabilité éthique et environnementale. Par ailleurs, le projet Campus, qui vise à regrouper l'ensemble des équipes parisiennes de France Télévisions au sein d'implantations situées dans un périmètre resserré autour du siège du groupe, répond à un objectif d'accroissement de la performance de notre politique immobilière, notamment via la réduction de l'empreinte écologique de nos bâtiments.



## UN MÉDIA ENGAGÉ POUR L'ÉGALITÉ ET LA DIVERSITÉ



### PRIX OBTENUS

L'émission **Les Rencontres du Papotin** a reçu 5 prix : le Grand Prix et le prix Or dans la catégorie Meilleure initiative éditoriale, meilleur programme TV ou SVOD au Grand Prix Stratégie Média, le Grand Prix du format Flux et le prix de l'émission événementielle au Festival TV de Luchon, ainsi que le prix de la meilleure émission TV au Grand Prix des Médias CB News.

La campagne **#AimeSansHaine**, menée par France Télévisions sur les réseaux sociaux pour lutter contre le cyberharcèlement, a remporté le prix Or dans la catégorie Meilleure stratégie RSE d'un média, d'une régie, au Grand Prix Stratégies de l'innovation média.

France Télévisions est le média de service public de tous les Français. Dans ses offres comme au sein de l'entreprise, le groupe favorise l'inclusion en représentant la société dans toute sa diversité et en plaçant l'égalité et la lutte contre les discriminations au cœur de ses engagements.

Toute l'année, France Télévisions donne la parole à tous les Français dans son offre de programmes et s'affranchit des stéréotypes pour lutter contre toutes les formes d'exclusion et tisser des liens entre les Français.

Parmi les programmes marquants de 2023, les documentaires *Homos en France*, *Les Légitimus*, *une famille française* ou *La Longue Marche des banlieues* ont mis en lumière les parcours inspirants de celles et ceux qui ont pris part au combat pour l'égalité. Pour son retour, *Drag Race France* s'est achevé lors d'une grande finale en public tournée au Grand Rex à Paris.

81%

## DES FRANÇAIS

estiment que les JT régionaux de France 3 reflètent bien la diversité de la société française (Ifop)

47%

## D'EXPERTES

sur les antennes nationales





Patricia Loison



## Engagement Médias **JEUNES**

france•tv **FRANCE MÉDIAS MONDE** TVSMONDE

abritée par la Fondation de France

Membre fondateur de la Fondation Engagement Médias pour les Jeunes, France Télévisions apporte un soutien continu à son action. La Fondation agit pour l'égalité des chances à travers la lutte contre la déscolarisation et le développement de la maîtrise de l'expression, des mots et de la langue. En 2023, elle a soutenu 26 projets portés par des associations sur l'ensemble du territoire et lancé de nouvelles initiatives comme l'opération « J'aime à dire » qui encourage les jeunes à s'exprimer et s'affirmer à travers l'écriture, la parole et le débat.

Depuis des années, le groupe mène avec efficacité une politique exigeante pour favoriser la parité sur ses antennes à tous les rôles ou postes, devant et derrière les caméras, ainsi qu'au sein de l'entreprise qui compte 47 % de femmes parmi ses salariés et maintient à 99/100 son indice d'égalité professionnelle. Temps fort de notre engagement en faveur des droits des femmes, la programmation spéciale proposée dans le cadre de l'opération #8MarsTousLesJours a mobilisé toutes nos antennes autour d'une offre diversifiée d'émissions abordant les inégalités auxquelles les femmes ont été et sont encore confrontées, en France et dans le reste du monde.

Le documentaire *Inside Kaboul*, adapté du podcast éponyme de France Inter, a livré un témoignage exceptionnel des conditions de vie des femmes en Afghanistan.

Pleinement engagé pour l'accessibilité de ses offres à tous les publics et pour la visibilité des personnes en situation de handicap, France Télévisions propose une offre 100 % sous-titrée sur ses antennes nationales et l'offre d'information la plus accessible sur franceinfo, grâce notamment à la traduction en LSF de deux journaux par jour.

Nous diffusons sur nos antennes linéaires et numériques plus de 1 500 programmes disponibles en audiodescription par an. Nos offres donnent aussi à voir et à comprendre le vécu des personnes en situation de handicap : nos publics ont pu suivre les nouvelles aventures de Lucie Carrasco à la conquête de l'Ouest, celles du personnage d'Astrid dans la série *Astrid et Raphaëlle*, ou encore découvrir les documentaires *Perchés* ou *Comme des chefs*.

Le lancement du programme original *Les Rencontres du Papotin* permet, à une heure de très grande écoute, de mettre à l'honneur le regard et la parole de personnes atteintes de troubles du spectre autistique. France Télévisions s'est également engagé à l'occasion du DuoD ay en accueillant au sein de l'entreprise plus de 40 stagiaires en situation de handicap, notamment en binôme avec plusieurs de nos figures à l'antenne afin de donner une large visibilité à cette opération.

**99** INDEX D'ÉGALITÉ  
PROFESSIONNELLE  
/100

**54** D'ANIMATRICES /  
PRÉSENTATRICES  
sur nos antennes  
%

**7,72** %  
DE PERSONNES EN SITUATION  
DE HANDICAP

parmi les salariés du groupe



Caroline Roux



---

## PRIX OBTENUS

---

**Empereur**, l'expérience interactive en réalité virtuelle coproduite par le StoryLab de France Télévisions, a obtenu le prix de la meilleure réalisation dans la section Venice Immersive de la Mostra de Venise.

# INNOVATION

Dans un univers technologique en transformation rapide, France Télévisions innove sans cesse pour optimiser les moyens de production et de diffusion de ses offres, et ainsi offrir à tous les publics une expérience toujours plus riche, sécurisée et distinctive.



Désormais pilotée au sein d'un Centre de diffusion et d'échanges commun à l'ensemble de nos antennes nationales, la diffusion de nos offres sur l'ensemble des environnements a été sécurisée par la mise en place d'un nouveau cockpit de supervision. Cette cellule a pour mission de garantir la qualité de la distribution de l'ensemble de nos services, en direct comme en rattrapage, et quel que soit leur mode de transmission (satellite, Internet...).

La Fabrique, qui regroupe les moyens de fabrication interne de France Télévisions, poursuit la modernisation de ses moyens de production de vidéo mobile. Elle s'est équipée d'un nouveau car-régie de dernière génération assurant la production en Ultra Haute Définition, qui sera particulièrement mobilisé pour les Jeux de Paris 2024. France Télévisions a par ailleurs retransmis pour la troisième année consécutive le Grand Raid de La Réunion en UHD 4K.

Pour faire face aux risques majeurs que représente le piratage pour l'intégrité de nos offres et la protection économique de nos missions, une cellule anti-piratage a été mise en place au sein du groupe.



Cette cellule s'appuie notamment sur des outils technologiques de marquage des contenus, de collecte automatique et de filtrage du web qui ont été progressivement déployés, en lien avec des partenaires, afin de protéger nos flux et nos contenus contre le piratage.

France Télévisions a organisé, le temps d'une journée, le Salon InnoDay qui s'est tenu à son siège. Ce salon avait pour objectif de faire connaître les innovations techniques développées et exploitées dans le cadre de nos offres d'information, de sport, de divertissement et d'éducation. L'événement a rassemblé plus de 2 000 personnes sur place ou via des sessions numériques, et a ainsi contribué au rayonnement de l'expertise de notre groupe dans ce domaine.



## UN MÉDIA EN DIALOGUE AVEC SES PUBLICS

Média de tous les Français, France Télévisions est toute l'année à l'écoute de tous les publics et entretient une relation privilégiée avec ses téléspectateurs.

Le lien entre les Français et leur télévision publique se nourrit de rencontres et d'échanges qui permettent un riche dialogue fondé sur des valeurs fortes de proximité et de transparence.



### PRIX OBTENUS

Pour la cinquième année consécutive, le trophée **Qualiweb de la meilleure relation client en ligne dans la catégorie Info-Média** a été remis à France Télévisions.

France 3 Auvergne-Rhône-Alpes a remporté l'Ours d'argent aux Ours de la Com pour **l'opération spéciale des 25 ans de l'émission Chroniques d'en haut**, qui a mis le public et les fidèles de l'émission au cœur du dispositif antenne et événementiel.

Pour prolonger le lien fort qui nous relie aux Français à travers nos offres, nous sommes engagés dans un dialogue avec nos publics à travers notre site France TV & Vous qui propose des contenus complémentaires et des espaces de conversation accessibles à tous. Un nouvel outil de gestion de la relation client a été mis en place pour assurer notre présence sur tous les canaux de contact, y compris WhatsApp, et offrir un accès facilité au centre de contact via une ligne unique.

Pour fidéliser nos téléspectateurs et leur faire découvrir toute la richesse de notre offre, nos newsletters hebdomadaires ont été davantage personnalisées pour contenir des recommandations géolocalisées et adaptées aux centres d'intérêt de chacun, tout en favorisant la curiosité pour des rendez-vous incontournables.

Nos communautés de « fans », qui rassemblent plus de 80 000 membres pour Fans de Sport et 66 000 pour Fans de Culture, ouvrent des espaces privilégiés d'échanges autour de nos offres et des événements dont nous sommes partenaires.

Nos équipes vont également à la rencontre des publics sur le terrain. Comme chaque année, France Télévisions

a ouvert les portes de son siège et de plusieurs antennes régionales et ultramarines à l'occasion des Journées européennes du patrimoine, rassemblant quelque 7 000 visiteurs venus découvrir les coulisses de leur télévision publique. Quatre rencontres ont également été organisées au cours de l'année dans l'Hexagone et en Outre-mer.

France Télévisions invite également ses téléspectateurs à devenir membres des jurys des prix littéraires qu'il décerne : le Prix Essai et le Prix Roman, ainsi que le Prix du Public France Télévisions au Festival international de la bande dessinée d'Angoulême.

Chaque année, France Télévisions réunit un Conseil consultatif des programmes au sein duquel des téléspectateurs échangent leurs points de vue sur les offres du groupe et dialoguent avec



nos équipes. En 2023, le Conseil s'est appuyé sur un panel de téléspectateurs élargi à 100 membres complémentaires, qui ont pu dialoguer via une plateforme numérique avec les 30 conseillers ayant participé aux six sessions consacrées à l'évolution des usages et au développement de la plateforme france.tv.

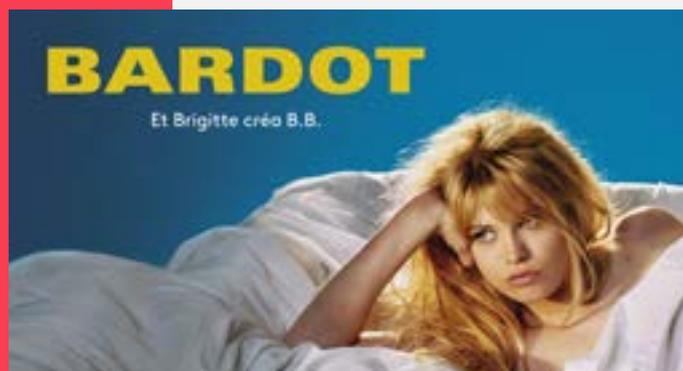


Conseil consultatif des programmes 2023



## COOPÉRATIONS

Dans un paysage audiovisuel en profonde transformation, marqué par l'évolution des usages médiatiques et le poids croissant d'acteurs internationaux, France Télévisions mène une stratégie active d'alliances pour renforcer la puissance de l'audiovisuel public et développer des projets ambitieux.



France Télévisions est engagé dans de nombreux projets communs avec ses partenaires de l'audiovisuel public, notamment autour du média global d'information de service public franceinfo.

Le groupe a franchi une nouvelle étape dans la montée en puissance d'Ici comme label de l'offre de proximité commune avec Radio France. Désormais dénommés *Ici Matin* (retransmission des matinales de France Bleu), *Ici 12/13* et *Ici 19/20*, les trois rendez-vous d'information de France 3 sont l'étendard du média global de la proximité, qui se décline aussi sur l'application et le site Ici. De nouvelles passerelles ont été bâties avec l'offre de Radio France : adapté sur France 3, l'emblématique rendez-vous de France Inter *Le Jeu des 1 000 euros* rejoint les programmes qui se déclinent à la fois en télévision et à la radio, comme *Affaires sensibles*, *Willy Rovelli vient déjeuner chez vous* ou *En vadrouille au fil du Rhône* sur France 3 Auvergne-Rhône-Alpes et France Bleu.

Au cours de l'année, plusieurs événements ont illustré les relations fortes qui lient France Télévisions et ses partenaires de l'audiovisuel public grâce à des coopérations au quotidien. Notre « média social » Culture Prime a fêté son cinquième anniversaire. Créé avec Radio France, France Médias Monde, l'INA, Arte et TV5 Monde, Culture Prime valorise l'ensemble des contenus culturels de l'audiovisuel public sous forme de courts modules vidéo accessibles sur les réseaux

sociaux. Depuis sa création, plus de 5 000 vidéos ont été publiées, enregistrant plus de 2 milliards de vues sur l'ensemble des canaux de diffusion. France Télévisions a également participé aux 40 ans de TV5 Monde en contribuant, par son réseau Outre-mer, à l'émission spéciale *La Piste de la francophonie pour la planète*, qui proposait 19 heures de direct autour du monde.

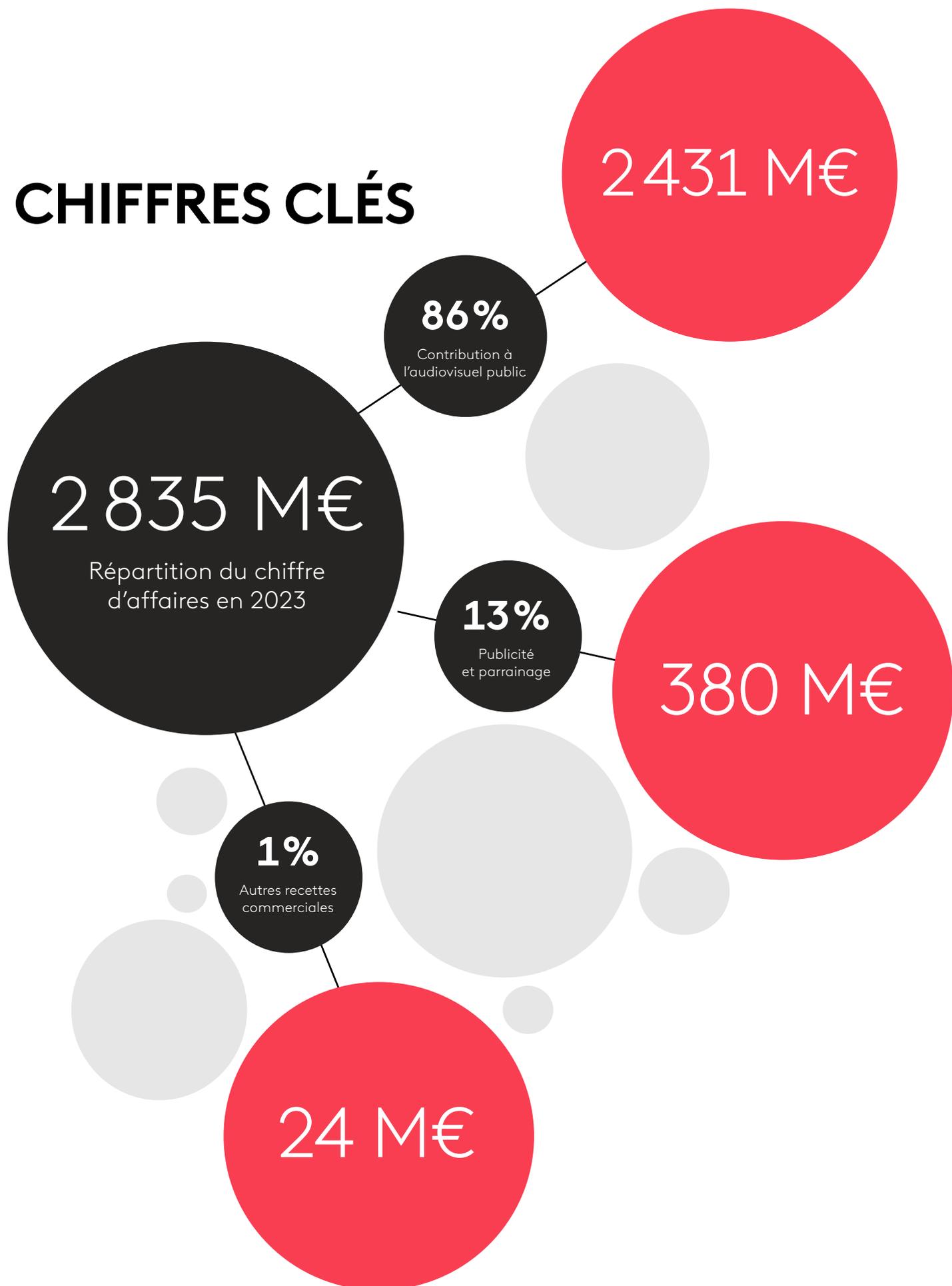
France Télévisions a poursuivi le développement de coopérations avec d'autres diffuseurs afin de contribuer à la création de programmes ambitieux qui répondent aux standards de production les plus élevés et contribuent au rayonnement international de la création française et européenne. Parmi les séries créées au sein de l'Alliance qui nous lie à nos homologues allemand (ZDF) et italien (RAI), *Abysse* a rassemblé plus de 3,5 millions de téléspectateurs autour d'une

intrigue mêlant écologie et science-fiction.

Le documentaire *Tour Eiffel, le rêve d'un visionnaire*, développé dans le cadre de l'alliance internationale de diffuseurs Global Doc, a également été diffusé avec succès. France Télévisions noue également des partenariats avec de grandes plateformes internationales : *Vortex* et *Bardot* ont été accessibles sur Netflix après leur diffusion sur nos antennes pour aller à la rencontre de nouveaux publics en France et au-delà de nos frontières.



# CHIFFRES CLÉS



Comme chaque année depuis 2016,  
les comptes de l'entreprise sont à l'équilibre en 2023  
avec un résultat net de +13,6 M€.

France Télévisions est le premier contributeur  
de la création audiovisuelle française en 2023,  
avec 440 M€ investis dans la création audiovisuelle  
et 65,3 M€ dans le cinéma.

## LES SALARIÉS



**8 825**  
salariés en 2023,  
dont la moitié au sein  
des réseaux France 3  
et Outre-mer



**54 %**  
d'animatrices /  
présentatrices à l'antenne



**53 %**  
de femmes  
dans les instances dirigeantes  
(indice Rixain)

898 M€

Programme national

# COÛT DE LA GRILLE 2023

270 M€

Information nationale

20

Spo

2

06 M€

ort national

418 M€

Programme régional  
métropolitain

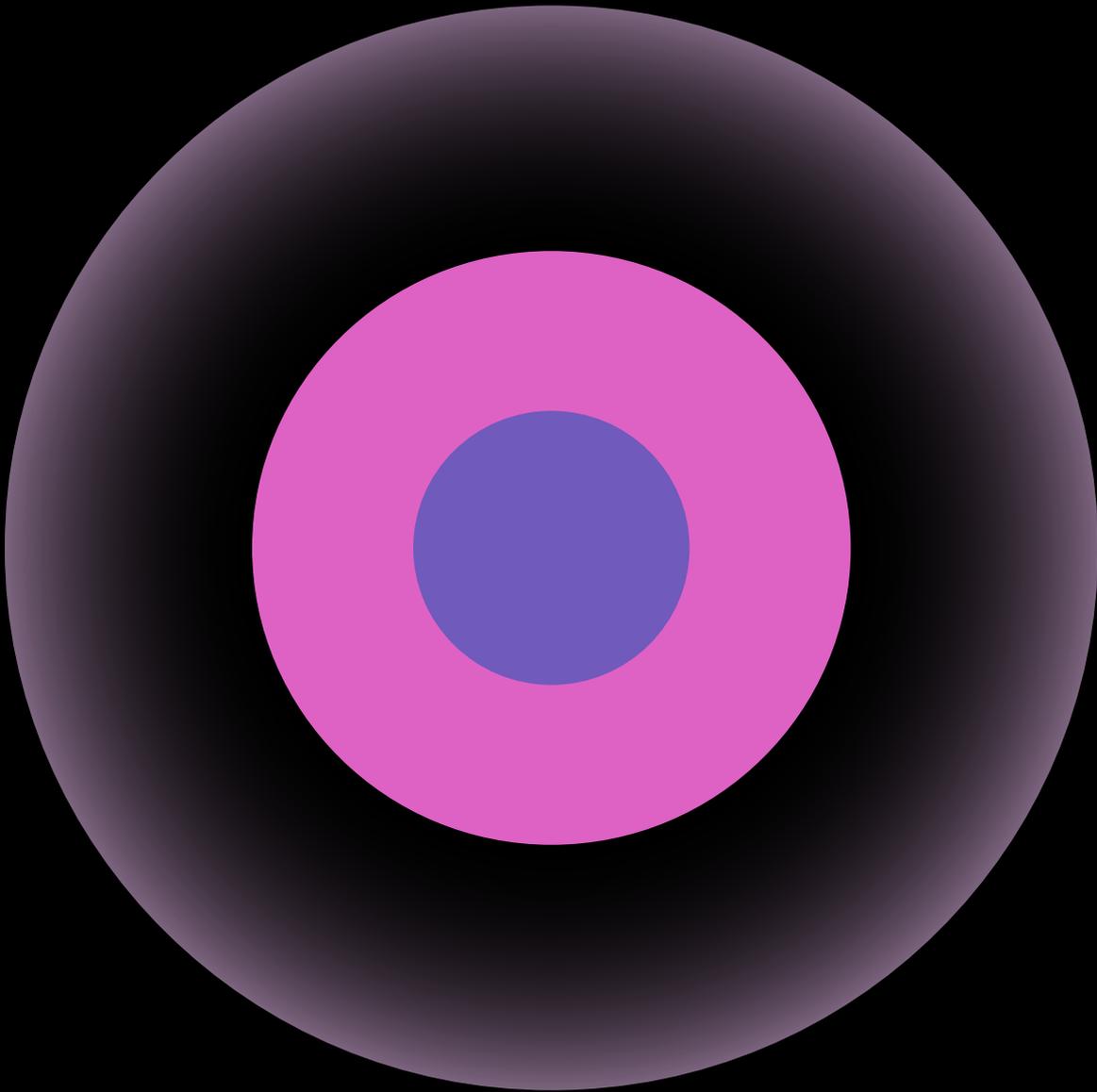
088 M€

82 M€

Numérique  
(hors contenus)

214 M€

Programme régional  
ultramarin



5

LES  
FILIALES



## 21 PRIX OBTENUS EN 2023

France TV Publicité a remporté 21 prix en 2023, dont le prix de la Régie de l'Année décerné par les annonceurs et les agences média lors du Grand Prix des Médias CB News.

## FRANCE TV PUBLICITÉ

France TV Publicité est la régie de France Télévisions depuis 1989. Sa raison d'être est de contribuer au modèle économique du groupe en lui apportant des ressources dynamiques et autonomes.

Dans un paysage audiovisuel et publicitaire en pleine transformation, la régie a maintenu sa place de troisième régie du marché TV et commercialise aujourd'hui les espaces publicitaires d'éditeurs externes tels que France 24, TV5 Monde, l'INA, LCP-AN, Public Sénat, Le Figaro TV, Brut., Warner, Disney...



Ce contexte a permis de consolider sa participation financière à l'activité du groupe mais aussi d'investir dans l'innovation afin de proposer une publicité toujours plus pertinente, qualitative et responsable.

Elle a ainsi développé des formats novateurs, en lien avec les missions de l'audiovisuel public : programmes courts pour sensibiliser à la préservation de la biodiversité ; opérations phygiales (course d'orientation grande nature dans le cadre du Tour de France), mécanisme de dons participatifs à des associations avec Goodvertising, valorisation des produits et services durables en lien avec l'Ademe via les Écrans Green...

Ce travail quotidien pour faire émerger des communications plus responsables d'un point de vue environnemental et sociétal, de même que les efforts réalisés au sein de la régie lui ont valu la reconnaissance des organismes de notation et de labellisation RSE. Elle fait partie du top 6 % des entreprises de son secteur dans le cadre de l'évaluation EcoVadis.

Ces quatre dernières années, France TV Publicité a entraîné son marché dans une réflexion sur les indicateurs de demain. En 2019, elle a lancé le Quality Rating Point, un outil de mesure de la qualité du contexte en télévision.

# 350

## COLLABORATEURS

répartis entre le siège à Boulogne-Billancourt et 8 bureaux situés en régions, ainsi que 7 bureaux en Outre-mer

# 422

## MILLIONS D'EUROS

3<sup>e</sup> régie française,  
11 % du marché publicitaire TV

Basé sur le baromètre QualiTV d'Harris Interactive, celui-ci prend en compte les niveaux de satisfaction, d'attention et de recommandation des publics face à un contenu.

La régie porte actuellement ses recherches sur l'attention, véritable enjeu pour ses publics et ses partenaires.

Au travers d'une méthode inédite certifiée par le CESP et d'une co-construction avec les agences média et Ipsos, elle est en train de construire le premier standard français de l'attention publicitaire TV et vidéo.





## FRANCE TV STUDIO, UN PÔLE DE PRODUCTION À 360°

Créée en 1986 sous le nom de MFP (Méditerranée Film Productions), devenue France TV Studio en 2018, et détenue à 100 % par France Télévisions SA, la filiale comprend d'abord une activité de production audiovisuelle orientée sur la fiction (avec notamment la production du feuilleton quotidien *Un si grand soleil* dans les studios de Vendargues), le documentaire et le flux (magazines, grands événements en direct, contenus spécifiques pour les réseaux sociaux...).

La filiale propose donc des productions de tous genres pour le linéaire, le non-linéaire et le digital.

### 3 filiales

— **France TV Presse :**

2023 a marqué la première année de France TV Presse en tant qu'agence de presse, la commission paritaire des publications et agences de presse ayant attribué l'agrément d'agence de presse à la filiale de France TV Studio le 14 décembre 2022.

— **Les Tontons Truqueurs :**

multiplication des décors VFX en studio (sur la série *Un si grand soleil*, tournée à Vendargues). France TV Studio est devenue propriétaire à 100 % des Tontons Truqueurs le 1<sup>er</sup> juillet 2023.

— **Dwarf :** prise de participation majoritaire dans le studio d'animation 3D Dwarf en mars 2023.

En 2023, les activités de France TV Studio se sont étoffées, notamment en reprenant la production d'émissions historiques de France Télévisions comme *Des chiffres et des lettres* et *Thalassa* (nouvelle formule) ou en produisant depuis Nice l'*Eurovision Junior 2023* pour une diffusion du concours dans le monde entier.

## FRANCE TV STUDIO

**1<sup>re</sup>**  
**SOCIÉTÉ  
DE PRODUCTION DE FLUX  
DE FRANCE**

**2<sup>e</sup>**  
**FOURNISSEUR  
DE FRANCE TÉLÉVISIONS**  
(derrière Mediawan, suivi de Banijay, puis de Newen et enfin de WarnerMedia en 5<sup>e</sup> position)

**3<sup>e</sup>**  
**PRODUCTEUR  
DE FICTION EN FRANCE**



*Un si grand soleil* enregistre un impact direct sur le tissu économique local avec 2 500 collaborateurs (dont 1 200 figurants) qui participent chaque année à sa production.

En 2023, la série a généré 47 000 jours de travail pour plus de 1 800 habitants de la région. 2 000 salariés habitent l'Occitanie, 55 comédiens locaux ont été embauchés, 1 100 figurants et 760 techniciens régionaux, dont 44 % de femmes, occupaient les métiers du site (part en nombre de jours).

L'année 2023 marque également un tournant pour France TV Studio en remportant l'appel à projets France 2030 dans le cadre de la Grande Fabrique de l'Image. La filiale va ainsi pouvoir développer **Vendargues 2**, un second studio de tournage encore plus ambitieux sur son site historique de Vendargues, et créer de nouvelles capacités de tournage intégrant une offre complète de services associés, à la pointe des technologies et des critères environnementaux.

À côté de ses activités de production, France TV Studio dispose d'**une large palette de métiers connexes** : un laboratoire de sous-titrage, **France TV Access**, leader français du sous-titrage TV pour sourds et malentendants, dont la certification ISO 9001 a été maintenue en mai 2023. Sans oublier le label « France doublage » qui regroupe les activités de doublage, d'audiodescription et de sous-titrage multilingue.

## FRANCE TV STUDIO, une entreprise citoyenne

France TV Studio a poursuivi son engagement RSE en 2023 en continuant de s'inscrire comme une société de production responsable par la qualité et la diversité de ses programmes accessibles à tous les publics. En février 2023, France TV Studio a rejoint l'association Ecoprod, et les différents labels obtenus attestent de son engagement : le label Lucie 26000, le label Ecoprod Pionnier pour les séries *Un si grand soleil* et *Déter*.

Par ailleurs, en cohérence avec la démarche d'éco-conception des studios de Vendargues, le feuilleton *Un si grand soleil* est entièrement éco-conçu. C'est la seule série quotidienne labellisée Ecoprod 2 étoiles argent depuis novembre 2023.

# 675

## EFFECTIFS TEMPS PLEIN

dont une majorité de non-permanents, considérant la nature des activités (tournages...) : 70 % des effectifs basés à Paris, 30 % dans la métropole de Montpellier





## FRANCE TV DISTRIBUTION

France TV Distribution est une filiale commerciale détenue à 100 % par France Télévisions. Créateur de succès, France TV Distribution est le partenaire des producteurs et des ayants droit pour maximiser les revenus de leurs programmes sur tous les supports médias, avec l'édition vidéo et VOD, musicale, de magazines et de livres, les droits dérivés, ainsi que la distribution et le financement de programmes audiovisuels.

# 53

**MILLIONS D'EUROS  
CHIFFRE D'AFFAIRES**

en augmentation de 21 %  
par rapport à 2019

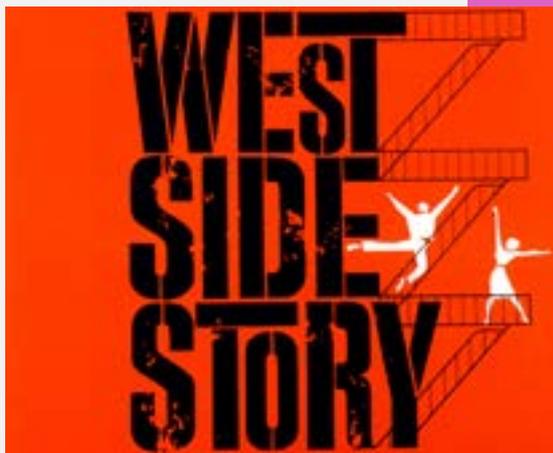
# 65

**COLLABORATEURS**

Dans un marché dynamique et complexe, l'activité « distribution » de France TV Distribution est portée par une offre large et généraliste de 8 000 heures, enrichie de 400 heures chaque année, dans tous les genres : animation, fiction, documentaire et cinéma. Grâce aux 500 acheteurs à travers le monde et à une présence internationale sur les salons et marchés dans une quinzaine de pays, le chiffre d'affaires du pôle distribution, en évolution constante, représente 41 % du chiffre d'affaires de France TV Distribution, porté notamment par des programmes forts tels que *Astrid et Raphaëlle*, *Vortex*, *Dix pour cent*, des films tels que *Ouistreham*, *Rien à perdre*, ou encore des grands documentaires comme la collection *Apocalypse* ou *Tour Eiffel : les défis d'un visionnaire*.

Depuis la fin de la crise sanitaire, l'activité « divertissement » de la filiale du groupe public s'est développée en multipliant la coproduction ou co-exploitation de spectacles, permettant ainsi le développement de la stratégie des partenariats musique et spectacles du groupe France Télévisions.

Grâce à son activité d'édition musicale, France TV Distribution répond aux besoins des antennes en musique d'illustration, développe la librairie musicale du groupe, [www.ftvsynchro.fr](http://www.ftvsynchro.fr), et administre ainsi l'ensemble du catalogue musical du groupe et France TV Studio.



Pour diversifier ses ressources, l'activité « licences » ne cesse de développer des produits dérivés auprès de nombreuses marques reconnues à destination de tous les publics, de tous les âges : des jouets de *Peppa Pig* aux peluches de *Bluey*, en passant par les livres *C'est pas sorcier*, les jeux de société *Fort Boyard*, les puzzles *Des racines & des ailes*, ou encore les magazines *Échappées belles*, *Secrets d'Histoire...* soit autant de produits qui accompagnent les Français dans leur quotidien. Fort de son succès à l'antenne comme dans les produits dérivés, *Silence, ça pousse !* a innové avec un concept inédit en lançant la première boutique « Silence, ça pousse ! ».



La boutique « Silence, ça pousse ! »

# Contacts

## **Véronique Borel**

Responsable communication corporate  
veronique.borel@francetv.fr / 06 27 89 64 57

## **Jennifer Armand**

Responsable communication corporate  
jennifer.armand@francetv.fr  
01 56 22 22 90 – 06 10 49 53 74

## **Muriel Attal**

Directrice de la communication corporate  
muriel.attal@francetv.fr

## **Vous pouvez nous contacter en ligne**

Par téléphone  
30 60 (numéro gratuit)  
Du lundi au vendredi de 9 h à 18 h (sauf week-end et jours fériés)

Sur nos réseaux sociaux  
Retrouvez-nous sur



Sur WhatsApp  
Par écrit uniquement sur WhatsApp du lundi au vendredi de 9 h à 17 h  
(sauf week-end et jours fériés)

Par visio-chat  
(sourd ou malentendant)  
Du lundi au vendredi de 13 h à 17 h 30 (sauf week-end et jours fériés)

**Édité par la direction du marketing et de la communication, décembre 2024**

Présidente-directrice générale de France Télévisions et directrice de la publication : **Delphine Ernotte Cunci**

Directeur et de la communication de France Télévisions : **Bruno Loutrel**

Réalisation : Direction de la marque

Crédits photo : Couverture ©FTV – P.4 Édito © Delphine Ghosarossian – P.14 et P.16 © Photo de Jack Garofalo/Paris Match/Scoop – Création graphique © Hartland Villa – P.17 Getty Images/FTV – P.22 © France Télévisions – P.23 Haut © Pauline Emeraux. Bas © Stéphane Grangier – P.26 © Delphine Ghosarossian – P.27 Haut © France Télévisions. Bas © Delphine Ghosarossian – P.28 Haut © Delphine Ghosarossian. Bas © Nathalie Guyon – P.29 © CC0 Creative Commons – P.34 Haut © Jean-Philippe Baltel. Bas © Patrick Fouque – P.35 © Louis-Adrien Le Blay / Gilles Gustine – P.36-37 Sambre © Getty Images / iStockphoto. La Seria © Piget films, AnderAndera Production et France 3 Occitanie. Les Filles du feu © Thierry Langro. Abysses © ZDF / Staudinger + Franke / [M] Serviceplan. Les Histoires d'Anouk © Élodie Daguin – P.38 Haut © Cinétévé. Bas © Nicolas Pruvot – P.39 © Point du Jour / Les Films du Balibari / France Télévisions / Tarantula – P.40 © Chapka Films / La Filmerie / France 3 Cinéma / Belga Productions – P.41 Anatomie d'une chute © Les Films Pelléas / Les Films de Pierre / France 2 Cinéma / Auvergne-Rhône-Alpes Cinéma. Boîte noire © WY Productions / 24 25 Films / France 2 Cinéma. Beau Geste © Bertrand Noël / SIPA – P.42 Nuit des Molières © Jean-Philippe Parienté. Concert de Paris © Mathieu Génon. Gala des pièces jaunes © Christophe Lartige. 30 ans de Taratata © Gaëlle Ghesquière. Fête de la musique © Louis-Adrien Le Blay – P.44 © Javier del Real – P.45 Haut © Alain Hanot – Chorégies d'Orange. Bas © Mathieu Génon – P.46 © Delphine Ghosarossian (les 2) – P.47 Haut © Association Les Contres Courants / Axe Sud. Bas © Main Square – P.48 © 2002 MIAM! animation-FTV-Hessischer Rundfunk – P.49 Haut © Tant Mieux Prod - ZDF German Television Network - Zdf Studios - Umedia – 2023. Bas © Gilles Gustine – P.50 Lumni © France Télévisions – P.51 Haut © Clémence Losfeld – Milgram TV. Bas © François Roelants – P.52 © Louis-Adrien Le Blay – P.53 Haut © François Roelants. Bas © Louis-Adrien Le Blay – P.54 © FFF – AFP – P.55 Haut © Nathalie Guyon. Bas © Vaanews – P.56 ©Paris 2024 Florian Hulleu – P.57 Haut © Christophe Clovis / Bestimage. Bas © Stéphane Grangier – P.60 © Jérôme Houyvet (jeromehouyvet.com) – P.61 © France Télévisions – P.62 © France Télévisions Slash – P.63 © Nathalie Guyon – P.64 © Delphine Ghosarossian – P.65 © Stéphane Grangier – P.66 et 67 © France Télévisions – P.68 © Gilles Gustine – P.69 Haut © France Télévisions. Bas © Gilles Gustine – P.70 Haut © Nathalie Guyon. Bas © Sylvie Castioni – P.71 © Bleu Kobalt – P.78 et 79 © France Télévisions Publicité – P.80 © France.tv Studio – Les Tontons Truqueurs – P.82 et 83 © Fabien Malot – P.84 © Pernel Media – P.85 Haut © 1961 Metro-Goldwyn-Mayer Studios Inc. All Rights Reserved. Bas © France Télévisions

**france**•**tv**  
Notre point commun