

Rapport d'activité

france.tv

Édito

03



Notre rayonnement

- 05 Chaînes et plateformes
- 06 Réseaux : régional et d'Outre-mer
- 07 Puissance
Confiance et accessibilité
- 08 Temps forts de l'année



Une année historique

- 11 En route vers Paris 2024
- 12 Un dispositif exceptionnel
- 13 Les Jeux Paralympiques de Paris 2024 : la révolution
- 14 Innovation



L'offre france.tv

- 16 Une plateforme de référence



L'information

- 18 Les chiffres de l'info
- 19 L'information nationale
- 21 L'information régionale
- 22 L'information en Outre-mer



Nos programmes

- 24 Répartition des investissements
- 25 Fiction
- 26 Documentaire
- 27 Cinéma
- 28 Événement
- 29 Culture
- 30 Jeunesse
- 31 Éducation
- 32 Des programmes ancrés dans la vie quotidienne
- 33 Le plus grand terrain de sport
- 34 Coopérations



Une entreprise engagée

- 36 Environnement
- 37 Égalité et diversité
- 38 Éducation aux médias et à l'information
- 39 Chiffres clés de l'année 2024



Les filiales

- 41 France TV Publicité
- 42 France TV Studio
- 43 Les filiales de France TV Studio
- 44 France TV Distribution

Édito



2024 a été, pour France Télévisions, une année exceptionnelle. Nous avons mobilisé nos forces sur tous les terrains, au cœur des événements qui ont marqué la vie du pays. Nous avons fait rayonner nos offres sur tous les écrans pour rassembler les Français autour de leur télévision de service public. Nous avons vécu ensemble des moments d'exception qui marqueront durablement les mémoires.

Pour Paris 2024, France Télévisions s'est dépassé afin d'offrir une couverture exceptionnelle de cet événement sportif et festif unique. Du relais de la flamme retransmis pour la première fois en intégralité grâce à un procédé innovant aux inoubliables cérémonies d'ouverture et de clôture lors desquelles tout le pays a vibré à l'unisson, nous avons fait entrer cette grande fête mondiale dans l'histoire de la télévision. En accordant une visibilité inédite aux Jeux Paralympiques, nous avons ouvert la voie à la révolution des regards portés sur le handicap et montré que les performances des athlètes ne connaissent pas de limites.

Autre événement majeur, la réouverture de Notre-Dame de Paris a offert une émotion intense que nous avons partagée avec le monde entier. Nous sommes fiers d'avoir pu faire rayonner notre patrimoine et l'excellence de nos savoir-faire à travers cette magnifique résurrection dont l'écho a dépassé nos frontières.

Dans un monde traversé par de multiples lignes de fracture et de tension, et alors que les campagnes d'influence et tentatives de manipulation étendent leur emprise numérique, rendre accessible à tous une information indépendante, vérifiée et pluraliste est une mission plus essentielle que jamais. C'est celle que relèvent chaque jour nos journalistes, partout dans le monde. Nos rédactions ont été particulièrement mobilisées pour animer le débat démocratique lors des deux échéances électorales majeures qu'a connues notre pays. Nos réseaux de proximité, dans l'Hexagone comme en Outre-mer, ont assuré une couverture unique des élections législatives, ancrée dans les enjeux locaux circonscription par circonscription.

Premier partenaire de la création française, France Télévisions propose une offre originale et singulière qui a continué de se distinguer par sa richesse et sa diversité, ainsi que des émissions variées qui ne cessent d'innover pour accompagner les Français de tous les âges au quotidien autour de l'actualité, des savoirs et de la culture.

Portée par les succès de notre programmation, notre plateforme france.tv a poursuivi sa croissance exceptionnelle pour atteindre de nouveaux records, qui témoignent de l'adaptation réussie de notre média à l'évolution des usages de nos publics. En accueillant les contenus d'Arte, france.tv a posé la première pierre d'une stratégie d'agrégation qui vise à rassembler toute l'offre vidéo de l'audiovisuel public pour la rendre plus visible auprès du plus grand nombre.

En 2024, France Télévisions a conforté sa capacité à rassembler et fédérer les Français, à créer du commun et à tisser des liens. Cet acquis essentiel consolide la puissance de notre média au sein d'un paysage toujours plus bousculé, ainsi que la singularité de ses missions au service de tous les publics.

Delphine Ernotte Cunci
Présidente-directrice générale
de France Télévisions

Notre



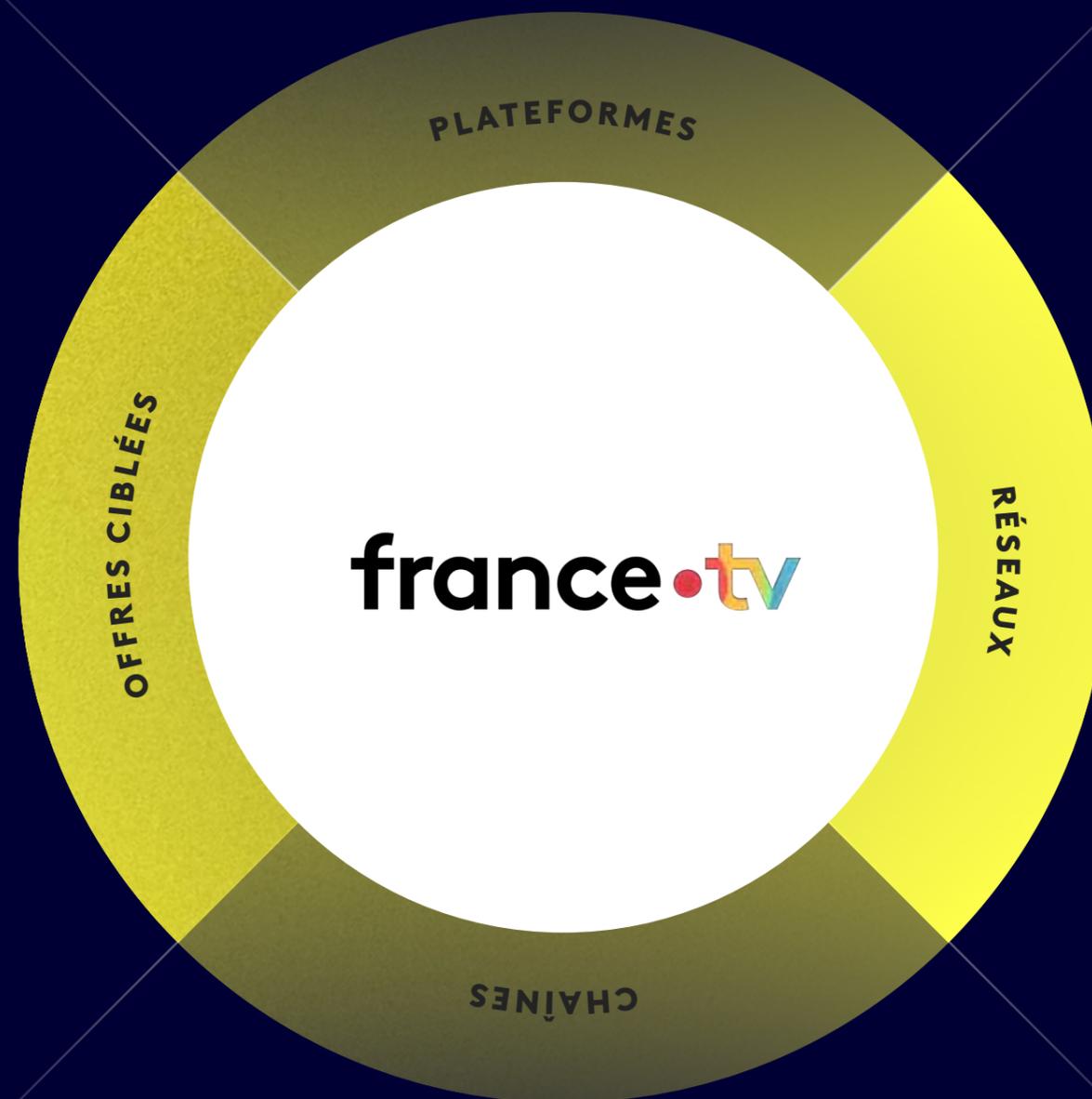
rayonnement

franceinfo: 1 france.tv

Lumni



slash

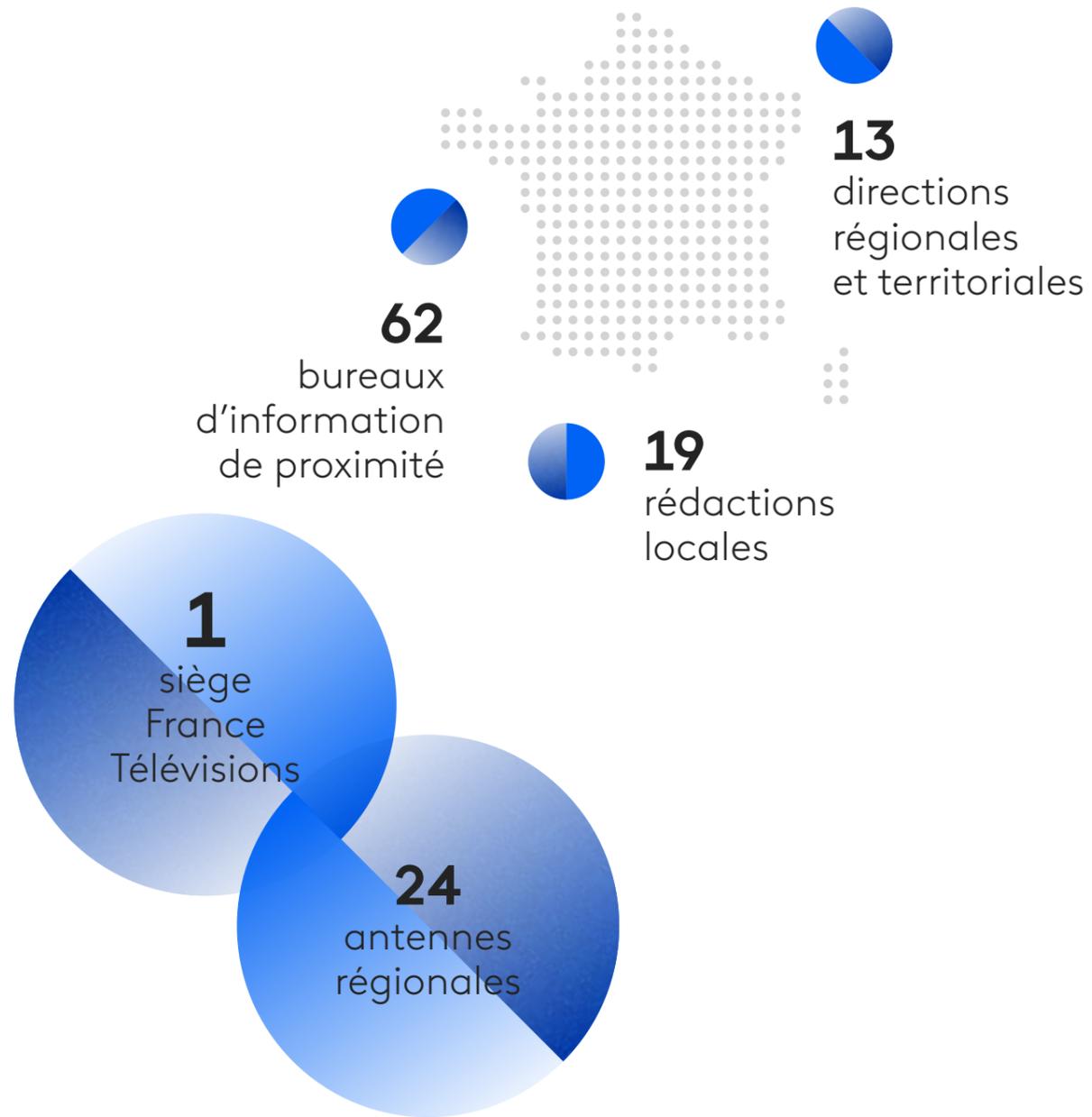


ici

1

franceinfo: 2 3 4 5

Réseau régional



Réseau Outre-mer

1



Puissance

**1^{ère} plateforme
de streaming gratuite
en France**

**1^{er}
média
des Français**

8 Français sur 10
sont en contact avec l'offre
de France Télévisions sur tous
les écrans chaque semaine

35 M

de visiteurs uniques
chaque mois
sur les 4 écrans

Source : Médiamétrie / TV
Extended (FTV incluant
franceinfo, Okoo et FTV NUM) /
Mois Médiamat à date (seuil 10
secondes) / 4 ans et +

**1^{er} dans le top 100
des meilleures
audiences**

Record historique pour le groupe
avec **58 programmes** classés
dans le top 100

Source : Médiamétrie / Médiamat, durée
minimale 10 min, hors podium, remise
de coupe et avant-match

**1^{er}
sur l'info**

16,8 millions de téléspectateurs
touchés tous les jours par l'offre
d'information du groupe
et **4,1 millions** de visiteurs
uniques quotidiens
sur la plateforme franceinfo

Source : Médiamétrie / TV Extended
Seuil de 60 secondes non consécutives
/ 4 ans et + / Médiamétrie / NetRatings
(janvier-octobre 2024)

**1^{er}
groupe TV**

29,8 % de PDA,
au plus haut depuis 2012

Source : Médiamétrie / Médiamat
sur l'ensemble de la population
4 ans et +

**+ de 8 milliards
de vidéos**

vues sur les réseaux sociaux
et plateformes de France
Télévisions

Source : Emplifi

Confiance et 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



Franceinfo,
1^{ère} chaîne d'info sous-titrée
en continu et synchronisée



Accessible et gratuit
sur tous les supports,
y compris pour les personnes
en situation de handicap



Plus de 1800 heures
de programmes
en audiodescription :
fictions, documentaires,
spectacle vivant, sport...
diffusés sur nos antennes



L'offre de programmes
en audiodescription
la plus riche et la plus
diversifiée du paysage
audiovisuel français

Temps forts de l'année

Janvier

Lancement de France 2 UHD

France Télévisions devient le premier groupe audiovisuel de France à fournir un canal ultra haute définition (UHD) sur la TNT, offrant ainsi une qualité d'image et de son inégalée aux téléspectateurs. France 3 UHD sera lancé le 10 juillet 2024.



01

Mars

Oscars

Deux œuvres soutenues par France Télévisions récompensées aux Oscars 2024 : *Anatomie d'une chute*, Oscar du meilleur scénario original, et *20 jours à Marioupol*, Oscar du meilleur film documentaire.



03

Juin

Signature d'un accord

entre le groupe et le SATEV, le SEDPA, le SPECT, le SPI et l'USPA portant sur l'engagement financier à hauteur de 440 millions d'euros par an dans la création et l'exposition des œuvres patrimoniales audiovisuelles dans les offres de France Télévisions.



06



02

Février

Lancement de La 1^{ère} Musique

Lancement de la nouvelle offre musicale ultramarine : La 1^{ère} Musique, une offre globale et 100% digitale avec 5 radios, une base musicale, une banque de programmes podcasts, et une offre de concerts en version radiophonique.



05

Mai

France.tv PARIS 2024

Lancement de la chaîne numérique sur la plateforme france.tv avec un système novateur 100% basé sur le cloud et la 5G / Starlink.

Signature d'un accord historique

entre France Télévisions et le cinéma français (le BLIC, le BLOC et l'ARP) portant sur les années 2024-2028, sur l'engagement financier à hauteur de 80 millions d'euros par an et sur l'exposition du cinéma dans les offres de France Télévisions.

1^{ère} édition du Festival La 1^{ère}

à Marseille initiée par le pôle Outre-Mer de France Télévisions.

Temps forts de l'année

Août

Un mois record pour France Télévisions

La plateforme france.tv enregistre 40,7 millions de visiteurs uniques, un record depuis sa création, et le groupe atteint 38,9% de part d'audience, une audience au plus haut depuis 2006.



08



Juillet

France Télévisions rentre dans l'histoire

Avec plus de 24,4 millions de téléspectateurs et 83,1% de part d'audience lors de la cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Paris 2024, France Télévisions atteint un record d'audience inégalé dans l'histoire de la télévision française.

09



Septembre

France Télévisions s'engage contre la maladie d'Alzheimer

Les antennes et la plateforme france.tv se mobilisent à travers une offre de programmes riche et diversifiée pour sensibiliser le plus grand nombre à cette pathologie sans traitement curatif et faire avancer la recherche médicale.

11



Novembre

France 3 Régions devient Ici

La marque commune avec France Bleu remplace le logo France 3 sur les programmes régionaux de la chaîne.

V Studios

Pose de la première pierre des nouveaux studios de production à Vendargues, V Studios. Ce projet de France TV Studio, filiale commerciale de production du groupe, a été retenu en mai 2023 dans le cadre du plan de financement « France 2030 » de la Grande Fabrique de l'image.

LaFA

Création de LaFA, la filière audiovisuelle par les groupes audiovisuels France Télévisions, TF1, M6 et les principales organisations de gestion collective – l'ADAMI, la SACD, la SACEM et la SCAM –, ainsi que les syndicats de producteurs ANIMFRANCE, le SPI et l'USPA. Elle a pour objectif de défendre et préserver l'exception culturelle française et le secteur audiovisuel.

12



Décembre

Réouverture de Notre-Dame

48 heures d'antenne et un dispositif exceptionnel de France Télévisions pour la réouverture de Notre-Dame avec des images mises à disposition pour le monde entier.

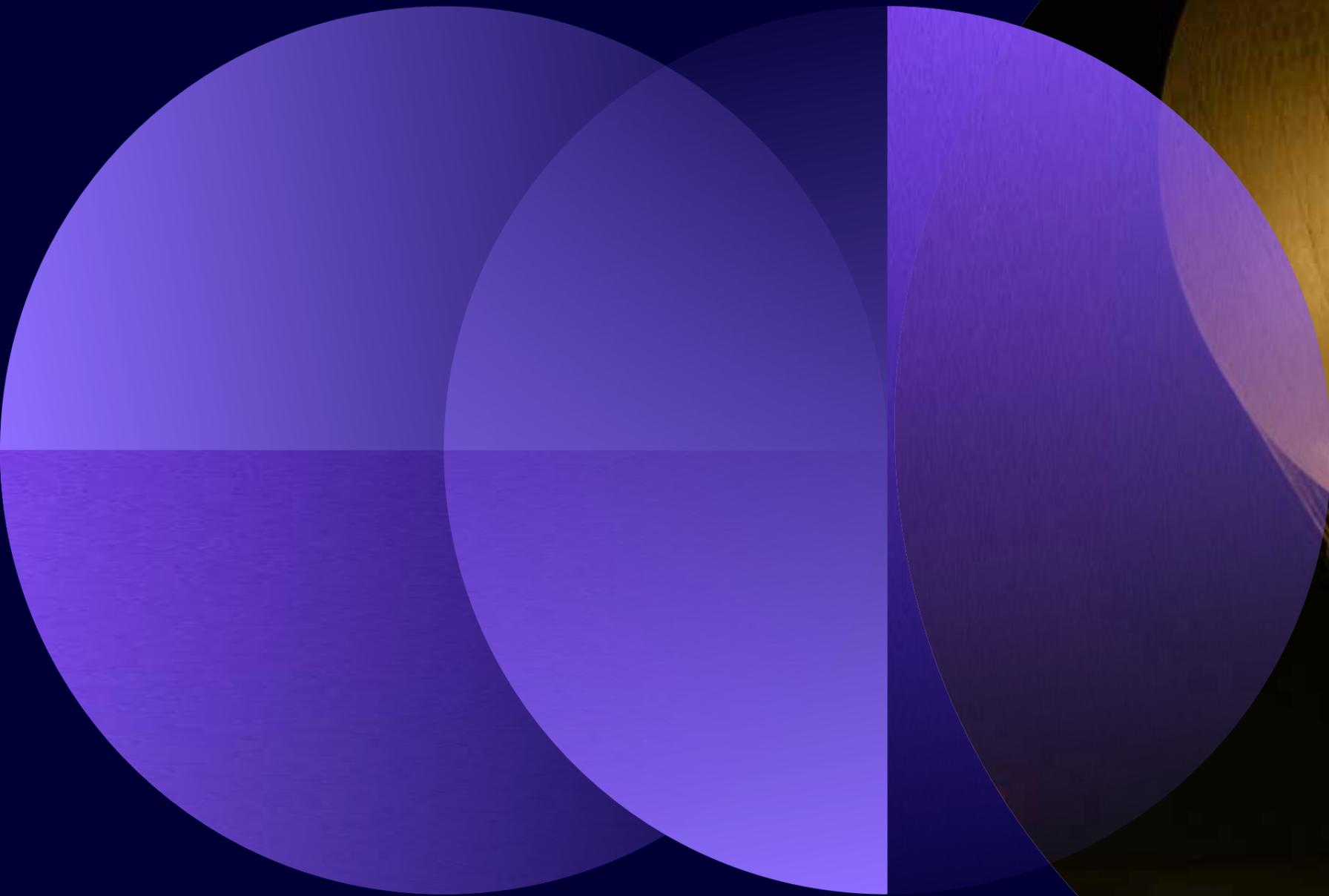
Signature d'un accord entre la CNIL et France Télévisions

Accord visant à lutter contre la désinformation et à proposer aux téléspectateurs et collaborateurs les clés pour leur permettre de naviguer sereinement sur le numérique.

Unis pour Mayotte

Pour venir en aide à Mayotte, suite au passage du cyclone Chido, France Télévisions a organisé une grande soirée de solidarité permettant de récolter 5 millions d'euros de dons reversés à la Fondation de France, en soutien aux projets locaux d'urgence pour la reconstruction et le soutien aux populations.

Une année

A large, illuminated hot air balloon at night, glowing with a warm yellow light. The balloon is suspended by numerous ropes and is positioned in the upper right quadrant of the image. Below it, a circular platform with some figures is visible, suggesting a launch site or a public event. The background is dark, making the balloon stand out prominently.

historique



En route vers Paris 2024



Le 8 mai 2024, la chaîne numérique **france.tv PARIS 2024** est lancée sur la plateforme france.tv, permettant une couverture inédite et intégrale du parcours de la flamme olympique et des compétitions sportives. Ce même jour, France 2 a diffusé **16 heures de direct** depuis Marseille, pour être au

cœur de l'événement et suivre l'arrivée de la flamme à bord du *Belem* et le concert exceptionnel de Soprano et Alonzo. En parallèle, France 3 était également mobilisée avec ses émissions régionales, *Tout le sport* et *Aux Jeux, citoyens !*, offrant ainsi **10 heures de direct**.



Les initiatives déployées par France Télévisions ont permis de mettre en avant des contenus variés et innovants, tant dans les offres d'information, de magazines, de documentaires que dans les offres jeunesse.

Afin de s'adresser à de nouveaux publics, la plateforme france.tv a proposé, en lien avec son offre **Slash** destinée aux 18/30 ans, des événements interactifs et des dispositifs spécifiques à l'attention des jeunes générations, notamment avec l'opération *Aux Jeux Streamers*.



Les antennes régionales et ultramarines étaient également en ordre de marche pour partager l'engouement national depuis leur territoire via la couverture des événements locaux, le suivi de la flamme, la valorisation des athlètes locaux, des magazines dédiés comme *5, 4, 3, 2, 1 Jeux !* de France 3 Pays de la Loire, ou des documentaires tels que *Surf, le feu sacré*.

L'année 2024 a été marquée par la mobilisation sans précédent de toutes les entités et les chaînes de France Télévisions, y compris ses chaînes régionales et ultramarines, en amont et pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, pour susciter l'engouement des Français et partager avec tous la ferveur de cet événement historique.



Prix obtenu

Le clip *Les Jeux Olympiques 2024* sur france.tv a reçu cinq distinctions en 2024, dont le Gold Award au Clio Sports de New York.

Le film signature *Allons athlètes de la patrie* a été primé dans cinq festivals et a notamment remporté un Gold Award au New York Festival et aux Eyes & Ears de Munich, ainsi que le Prix de la publicité au Sportel Awards 2024.

Le film *À corps perdus* a remporté le Prix du documentaire au Sportel Awards.



60 M

de Français ont suivi les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, soit 96% de la population 4 ans et +



96 %

de la population ont suivi les Jeux sur les antennes du groupe



41 M

de visiteurs uniques pendant les Jeux sur la plateforme france.tv



1,3 Md

de vidéos vues pour les extraits publiés sur les réseaux sociaux

Un dispositif exceptionnel



France Télévisions a offert aux Français une couverture inédite des Jeux Olympiques avec près de 50 heures par jour de diffusion sur France 2 et France 3, et 250 heures sur la chaîne numérique france.tv PARIS 2024. France 5 a également été mobilisée pour diffuser certaines épreuves lors des journaux télévisés et des émissions religieuses.

Pour assurer ce dispositif, le groupe public a délocalisé quatre plateaux au cœur de Paris : un plateau principal au Trocadéro pour la continuité du direct de France 2, ainsi que *Télématin* et les journaux télévisés d'information, deux plateaux au Club France pour l'antenne de France 3 et franceinfo, et un dernier au siège de France Télévisions pour la chaîne france.tv PARIS 2024 et son live chat interactif.



Pour célébrer les Jeux et mettre en lumière les athlètes, France Télévisions était en direct tous les soirs depuis le **Club France** avec l'émission *Quels Jeux!*



En plus des éditions spéciales et programmes dédiés, certaines régions ont également contribué aux retransmissions des épreuves qui se déroulaient sur leur territoire et en Outre-mer. Polynésie La 1^{ère} s'est fortement mobilisée pour rendre les épreuves de surf inoubliables.

Les Jeux Paralympiques de Paris 2024

La révolution

Les Jeux Paralympiques ont bénéficié d'une exposition inédite pour cette édition avec un volume de diffusion qui a triplé par rapport à Tokyo 2020. Pour la première fois dans l'histoire des Jeux, les Jeux Paralympiques bénéficiaient d'une exposition comparable aux Jeux Olympiques avec la diffusion de l'intégralité des épreuves sportives, ce qui a permis au grand public de porter un nouveau regard sur les parasports et de découvrir des disciplines méconnues comme la boccia ou le goalball.



Au-delà de la retransmission des épreuves, **un dispositif éditorial complet**, mobilisant l'ensemble des genres de programmes et toutes les antennes, a été déployé tout au long de l'année afin de valoriser les parasports et faire évoluer les perceptions du handicap, à l'instar du magazine *Champions d'exception* ou du documentaire *À corps perdus*.

- 300 h**
d'antenne retransmises sur France 2 et France 3
- 50 M**
de Français ont suivi les Jeux Paralympiques sur nos antennes
- 10,5 M**
de Français ont regardé la cérémonie d'ouverture

Innovation



En 2024, France Télévisions est devenu le premier groupe audiovisuel à fournir un canal Ultra Haute Définition sur la TNT. Ainsi, **France 2 UHD** a vu le jour le 23 janvier et **France 3 UHD** le 23 juillet, offrant une qualité d'image et de son inégalée aux téléspectateurs.

Pour la première fois dans l'histoire, nous avons diffusé le parcours de la flamme olympique grâce à un système novateur 100 % en partenariat avec TVU Networks.



Pour plus d'interactivité avec ses publics, France Télévisions a proposé sur la chaîne france.tv PARIS 2024 un *live chat* pour commenter les épreuves et une *fan zone* pour créer une véritable communauté autour des Jeux.

Ce dispositif a été un véritable succès avec plus de 1,1 million de visiteurs connectés pendant les Jeux Olympiques et Paralympiques et plus de 2,1 millions d'utilisateurs.

Afin de rendre ce moment historique pour tous les Français, France Télévisions s'est engagé à renforcer l'accessibilité des cérémonies et des épreuves à tous :



100 %

des épreuves et rediffusions sous-titrées



7 h

d'audiodescription en direct chaque jour sur France 2



La chaîne france.tv PARIS 2024 **entièrement sous-titrée**, en parfaite synchronisation avec les commentaires



Les cérémonies accessibles en **langue des signes française** sur france.tv PARIS 2024



Resynchronisation des sous-titres de l'ensemble des programmes en direct mis à disposition sur la plateforme france.tv

Accessibilité, technologie, retransmissions... France Télévisions a affirmé son rôle central en tant que média de service public au cœur des évolutions de société, culturelles et technologiques.



L'offre

france•tv

Une plateforme de référence

2024 a été une année de transformation et d'ambition pour france.tv, devenue la première plateforme de vidéo gratuite de référence pour tous les Français.



France.tv, point de convergence de l'audiovisuel public

La plateforme a affirmé son ambition et a franchi un cap en novembre 2024 en devenant distributeur de contenus d'autres acteurs de l'audiovisuel public. **Un premier partenariat a ainsi été signé avec Arte**, rendant toute l'offre de la chaîne disponible directement sur france.tv, via un corner dédié et une mise en avant des temps forts sur les espaces transverses de la plateforme.



Des formats innovants

France Télévisions a aussi fait évoluer france.tv pour **renforcer la conversation et l'interaction avec ses publics** en proposant des *live chat*, des *fan zones* ou des formats interactifs tels que le jeu quotidien *100 % logique* ou le jeu en 3D sur le numérique pour créer une expérience immersive et engageante autour de la série *Les Gouttes de Dieu*.



Afin de s'adresser à de nouveaux publics, la plateforme a également proposé, en lien avec son offre Slash destinée aux 18/30 ans, des **événements interactifs** et des dispositifs spécifiques : *La Coupe de France League of Legends*, *Zen : La Dernière* à l'Accor Arena, un événement animé par Maxime Biaggi.

1^{ère}
plateforme de streaming gratuite en France

35 M
de visiteurs uniques chaque mois sur les 4 écrans

Source : Médiamétrie-Médiamat National (ad hoc FTV incluant France 4) / Mois Médiamat Jour de vision / 4 ans et +)

Une programmation renforcée

Depuis janvier 2024, tous les vendredis, notre feuilleton quotidien *Un si grand soleil* bénéficie d'une avant-première de l'ensemble des épisodes diffusés la semaine suivante, et certains programmes comme *Fortune de France*, *Les Gouttes de Dieu* ou *Dans l'ombre* ont bénéficié d'une avant-première allant de J-2 mois à J-7 jours.

Le catalogue s'est également enrichi : des séries phares du groupe sont désormais proposées en intégralité, à l'instar d'*Alex Hugo*, *Dix pour cent*, *Fais pas ci, fais pas ça*, garantissant une variété de contenus inégalée sur le marché des plateformes gratuites.



L'information

Les chiffres de l'info

16,8 M
d'individus s'informent
quotidiennement
sur France 2 et France 3

franceinfo

**1^{ère} plateforme
d'actualité**

Télématin
**1^{ère} matinale
de France**

23,8% de PdA en semaine

8 729 h

d'information en 2024

sur France 2, France 3
et franceinfo canal 27

(Hors reprise de France 24)

75%
des Français déclarent avoir
confiance dans l'information
de France Télévisions (vs 54%
pour les chaînes privées)

Source : Ifop

23 M
de visiteurs uniques
mensuels sur franceinfo

5,3 M
de téléspectateurs
s'informent chaque jour
sur franceinfo canal 27

73%
de la population
déclare avoir confiance
dans l'information
de franceinfo canal 27

Source : Ifop

L'information nationale



Dans un contexte de multiplication des offres d'information et de montée en puissance des réseaux sociaux, l'information de service public se doit d'être une référence indiscutable de sérieux, de compétence et d'impartialité.

En 2024, France Télévisions a poursuivi son ambition d'être une source de référence en matière de fiabilité de l'information, de lutte contre les fausses informations, de décryptage et d'investigation.

Prix obtenus

Marseille, encore mineurs, déjà tueurs : Mention spéciale au Prix Europa, catégorie Vidéo Investigation

Inde : le péril fanatique (*Envoyé spécial*) : Prix des collégiens du Nord au FIGRA

La Guerre de l'info : Israël / Hamas : Meilleur grand reportage d'actualités au Festival TV de Monte-Carlo

Victime de l'Église, l'impossible réparation

(*Complément d'enquête*) : Prix SCAM de l'investigation

C quoi l'info : Grand Prix Stratégie de l'innovation Média, Prix argent dans la catégorie Meilleures initiatives éditoriales / meilleure innovation dans le traitement de l'information



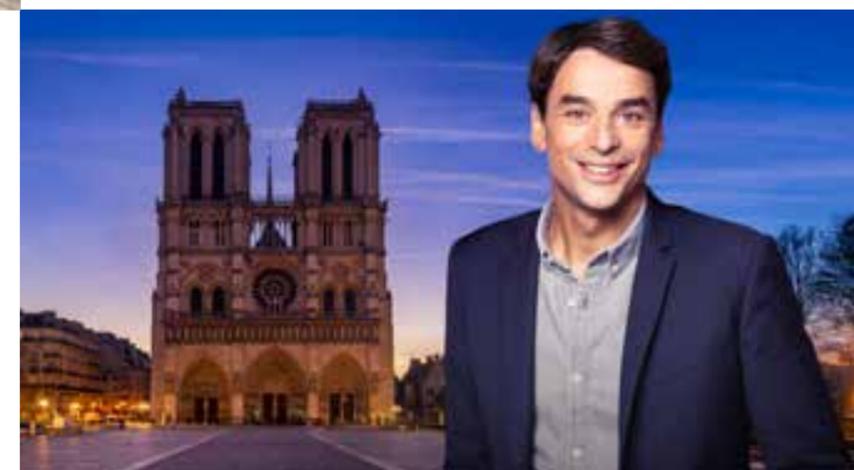
Un traitement approfondi de l'actualité internationale

En 2024, France Télévisions a renforcé sa couverture des événements internationaux majeurs, notamment la guerre en Ukraine et le conflit Israël-Hamas, en mobilisant ses équipes sur le terrain et en proposant une offre d'information diversifiée, incluant une soirée spéciale sur la guerre en Ukraine avec deux reportages inédits d'*Envoyé spécial*.



Le groupe public a également assuré une **couverture complète de l'élection présidentielle américaine** avec éditions spéciales et direct depuis New York et Washington, confirmant ainsi son engagement à fournir une information rigoureuse et approfondie.

Une offre d'information puissante qui s'adapte aux grands enjeux contemporains



Une offre d'information au cœur des événements qui ont marqué la France

L'année a été rythmée par une série de délocalisations et des hommages marquants. Outre la couverture sans précédent des Jeux Olympiques et Paralympiques, plusieurs cérémonies d'hommage ont été retransmises en direct.

La cérémonie en mémoire des otages israéliens du Hamas, l'hommage national à Robert Badinter, la panthéonisation de Missak Manouchian ou encore la mobilisation sans précédent des équipes de la rédaction autour de la réouverture de Notre-Dame ont montré l'engagement du groupe à refléter les grandes émotions collectives.

Couverture puissante d'une année électorale inédite

L'actualité politique a été particulièrement riche cette année, marquée par une couverture exceptionnelle des **élections européennes du 9 juin** : premières parties de soirées dédiées, programmes variés sur le linéaire et sur l'offre numérique... La rédaction a déployé un dispositif sans égal pour donner aux Français les clés de compréhension et les enjeux du scrutin.

La dissolution de l'Assemblée nationale et les élections législatives anticipées ont mobilisé toutes les rédactions, qui ont réagi en un temps record, avec un dispositif éditorial puissant : débats, émissions politiques dédiées, entretiens menés par Caroline Roux, couverture renforcée sur franceinfo canal 27, des soirées électorales...

Avec deux Français sur trois touchés par nos rendez-vous politiques de la campagne des législatives anticipées, France Télévisions s'est une nouvelle fois imposé comme média de référence dans la couverture des grands temps forts de la vie démocratique.



Une programmation d'information renforcée et innovante

L'ambition de mieux décrypter l'actualité s'est traduite par l'allongement de trente minutes du Journal de France 2 de 20h dès septembre 2024 avec une **nouvelle formule** permettant de consacrer davantage de temps à des sujets complexes.

La création de la page **Transparence** sur l'offre numérique de franceinfo et accessible par un QR code diffusé à l'antenne permet désormais à nos téléspectateurs de consulter plusieurs dispositifs déployés par France Télévisions.



La Guerre de l'info, collection de *Complément d'enquête* lancée en février 2024, a pour but d'aller à la racine de la mal-information. Ce programme vient s'ajouter au catalogue de France Télévisions consacré à **la lutte contre la désinformation** et au décryptage, dont *Vrai ou faux* sur franceinfo qui a rallongé sa durée, *C dans l'air* ou encore *L'œil du 20h*.

Lancé en septembre 2023, *C quoi l'info ?* a confirmé son succès auprès des jeunes publics en 2024. Pensée pour les 12-18 ans, cette quotidienne d'information, diffusée sur les réseaux sociaux et à la télévision, a cumulé 160 millions de vues sur TikTok, Instagram, Snapchat et YouTube. Ce programme incarne pleinement la volonté de franceinfo de sensibiliser les nouvelles générations tout en développant leur esprit critique face à l'actualité.





L'information régionale

L'année écoulée a marqué la consolidation d'**Ici**, offre de proximité commune à Radio France et France Télévisions. Désormais, l'identifiant « Ici » régionalisé s'est développé sur toute l'offre des régions. Le label apparaît désormais à l'écran lors de la diffusion de programmes issus des régions ou évoquant les régions.



Les rendez-vous quotidiens *Ici 12/13* et *Ici 19/20*, produits intégralement par les rédactions régionales, ont continué de proposer une offre globale mêlant **actualité régionale, nationale et internationale**. Quatre nouvelles matinales communes avec France Bleu ont également permis d'étendre l'offre *Ici Matin* à 37 éditions sur tout le territoire. Leur diffusion quotidienne a contribué à renforcer la couverture de l'actualité locale.

En 2024, l'ambition des antennes régionales s'est à nouveau illustrée à travers tous les genres de programmes, notamment grâce à l'évolution de l'offre d'information, *Ici Matin*, *Ici 12/13* et *Ici 19/20*, et a renforcé le lien de proximité avec les Français.



Pour répondre aux exigences de l'actualité, avec notamment l'hommage à Robert Badinter, les commémorations du massacre de Oradour-sur-Glane, le débarquement en Normandie et en Provence, les 80 ans de la libération de Strasbourg, ou encore la venue du pape en Corse (sur ViaStella), les antennes régionales ont mis en place des décrochages exceptionnels.

Fidèles à leur culture de la réactivité, en prise directe avec les citoyens sur l'ensemble du territoire, les 24 rédactions régionales ont assuré un accompagnement exemplaire pour les élections législatives : **trois émissions spéciales** avant les tours de scrutin avec plus de 200 débats et des soirées électorales en direct avec des décrochages locaux.



Le numérique a confirmé son rôle clé dans la stratégie de proximité de France Télévisions, pilier de l'offre France 3 Régions, franceinfo et Ici. Les sites régionaux ont enregistré une forte progression avec 2,4 millions de visites par jour (+42 % vs 2023). L'application commune **Ici**, développée avec France Bleu, a quant à elle rassemblé 4,1 millions de visites par mois en moyenne, témoignant de l'intérêt croissant pour une information locale accessible et connectée.

81 %
des Français ont confiance dans l'information des JT régionaux de France 3

Source : Ifop mars 2024

5,3 M
de téléspectateurs suivent chaque jour les journaux régionaux

Source : Médiamétrie – Seuil de vision : 60 secondes consécutives / 4 ans et +

Près de 860 M
de visites cumulées en 2024 sur les articles des pages régionales franceinfo

Source : Piano analytics

15,9 M
de téléspectateurs suivent chaque semaine l'offre régionale de France Télévisions

L'information en Outre-mer

En 2024, France Télévisions a renforcé son engagement envers les territoires ultramarins, à travers une offre qui met en lumière leur actualité, leur culture et leurs talents.



La 1^{ère}, média global des habitants d'Outre-mer



19 %
des habitants d'Outre-mer écoutent chaque jour les radios La 1^{ère}

197 M
de visites sur le portail numérique des Outre-mer, la1ere.fr

Près de 39 %
des habitants d'Outre-mer regardent chaque jour une des chaînes La 1^{ère}

Les magazines d'information continuent d'occuper une place importante sur les 1^{ère}, qu'ils soient quotidiens (comme les rendez-vous quotidiens d'information sur Réunion La 1^{ère}), hebdomadaire (magazine *Questions 1^{ère}* de décryptage de l'actualité politique sur Guadeloupe La 1^{ère}) ou mensuelle (magazines *Résonance*, *Caraiïbes* sur Martinique La 1^{ère}). D'autres sont également proposés en langue vernaculaire afin de refléter la diversité des Outre-mer : le magazine *Mana Tumu* diffusé en français et tahitien et sous-titré en français sur Polynésie La 1^{ère}, le magazine hebdomadaire d'information exclusivement en langue créole, *Tandakayou*, sur Guadeloupe La 1^{ère}.

En prise directe avec l'actualité de leur territoire, les rédactions du réseau ultramarin ont été pleinement mobilisées dans le décryptage des crises survenues durant l'année écoulée. Des émeutes en Nouvelle-Calédonie à la mobilisation contre la vie chère en Martinique ou encore les violences puis le cyclone Chido à Mayotte, l'offre d'information des 1^{ère} a été élargie aux autres éditions d'information de France Télévisions, renforçant un **travail collaboratif** et porteur entre le réseau des 1^{ère} et l'offre nationale.

Face aux spécificités géographiques et démographiques des Outre-mer, les antennes ultramarines ont déployé une **couverture complète et innovante des élections législatives**, en particulier destinée aux jeunes publics avec une forte présence sur le numérique et sur les réseaux sociaux. **La1ere.fr** a permis d'être un espace d'expression qui donne la parole aux électeurs à travers des sondages et des témoignages. Les radios et les antennes ont complété ce dispositif avec des éditions spéciales, des débats et du décryptage.

Nos



programmes

Répartition des investissements

→ par genre de programmes pour 2024

+ de 600

producteurs distincts ont contribué à cette offre qui présente une diversité sans équivalent dans le paysage audiovisuel français

65,4 M€

d'investissement réalisé dans le cinéma, faisant de France Télévisions le **premier partenaire du cinéma en clair**

106 M€
Documentaire

32,6 M€
Animation

17,7 M€
Spectacle vivant

440,3 M€

Montant total consacré à la création audiovisuelle, faisant de France Télévisions le **premier financeur de la création française**

284 M€
Fiction

+ de 500 M€

investis par France Télévisions dans la création audiovisuelle et cinématographique française et européenne

Fiction



Instruire, distraire, interpeller, émouvoir, raconter le monde... l'offre de fiction de France Télévisions est d'une richesse sans pareille et sans cesse renouvelée. Nos séries s'emparent des tumultes de l'histoire et du monde, questionnent notre société, nous offrent du suspense et du grand spectacle, modernisent les grands héros et les récits épiques, parlent de nos vies et de nos envies, reflètent notre époque et nous projettent dans des futurs possibles.

Prix obtenus en 2024

En 2024, les fictions de France Télévisions ont reçu **18 récompenses, parmi lesquelles :**

Sambre : 5 Prix dont le Prix Italia, catégorie Série télévisée, et le Prix de la meilleure mini-série au Shangaï TV Festival

À l'épreuve : Meilleur unitaire et Prix de la presse étrangère Unifrance au Festival de la fiction de La Rochelle

Enjoy ! : Meilleur scénario et Prix du jeune espoir masculin au Festival de la fiction de La Rochelle

Clemenceau, la force d'aimer : Laurier de la Fiction

Code noir, les révoltés du Gaoulet : Meilleure fiction au Paris Podcast Festival



Les productions audiovisuelles ultramarines et régionales ont gagné en ampleur. Le pôle Outre-mer a enrichi son catalogue avec des fictions inédites comme *Jusqu'au bout du rêve* (Polynésie), *En boucle* (La Réunion), *Manmzel à New York* et *Zetwal Caraïbes* (Antilles), tandis que France 3 Occitanie a innové avec *Bugarach*, une série-fiction fantastique.



L'année a été marquée par le succès de nombreuses **mini-séries originales**, qui se sont illustrées par la force de leurs sujets et la richesse de leurs univers. D'autres ont exploré des registres dystopiques ou se sont consacrées à des thématiques originales et contemporaines. Incarnant les missions de service public, les fictions unitaires ont abordé des faits de société sensibles et percutants : *Jusqu'à la garde*, *Parents à perpétuité*, *Des blessures invisibles*... Certaines comme *Seuls* ou *L'Enchanteur* ont retracé des parcours de vie marquants et se sont démarquées aux yeux du public.



Grâce à l'offre France TV Slash, dédiée aux jeunes adultes (18-30 ans), France Télévisions a proposé des fictions qui abordent les thématiques propres à cette tranche d'âge tout en privilégiant un traitement original avec **sept nouvelles séries, dont trois créations originales françaises.**

 **2 500 h**
de diffusion annuelle
sur les antennes
linéaires du groupe

 **20 M**
de téléspectateurs
touchés par semaine
par notre offre de fiction

 **136**
soirées en tête des
audiences sur France 2
et France 3



Des documentaires-événements

La réouverture de Notre-Dame de Paris a donné lieu au documentaire-événement **Notre-Dame Résurrection**. En parallèle, France Télévisions a honoré la panthéonisation de Missak et Mélinée Manouchian avec *Manouchian et ceux de l’Affiche rouge*, un récit poignant.

Avec ses récits audacieux, son engagement éducatif et ses succès critiques, le documentaire reste une pierre angulaire de l’offre éditoriale de France Télévisions, continuant d’ouvrir des fenêtres sur le monde tout en suscitant la réflexion. Aucune autre offre nationale ne propose une telle richesse de documentaires aux heures de grande écoute.

Documentaire

Des documentaires ancrés dans les préoccupations des jeunes adultes

Avec une approche innovante et des récits adaptés avec le quotidien des jeunes de 18-30 ans dans son offre documentaire, France Télévisions a proposé des nouveaux formats avec des écritures renouvelées tant sur le fond que sur la forme.

Des documentaires au cœur des territoires

La France en beau, nouvelle case dédiée aux documentaires patrimoniaux, marque également pour France Télévisions la volonté d’exposer nationalement le meilleur des documentaires produits et diffusés en région.



Des documentaires de décryptage

Dans sa mission de décryptage des grandes questions contemporaines, France Télévisions a proposé des œuvres fortes telles que *MH370*, *la vérité disparue*, *Le Début de la faim* et *Andropause, la grande débandade* ?



Des documentaires patrimoniaux et culturels

Avec une approche plus contemporaine de l’art et de la société, des œuvres comme *La Civilisation perdue d’Amazonie*, *L’Opéra de Paris*, *Roméo et Juliette* ou encore *Taylor Swift : la première puissance américaine*, ont trouvé un écho particulier.

Des documentaires sociétaux

Des récits humanistes s’inscrivant dans une volonté d’inclusion et d’écoute des multiples voix qui composent notre société ont également donné la parole à des acteurs du quotidien, comme *Les Gens du Nord* ou *Jeunesse en (re)transition*, ainsi que des portraits touchants tels que *Clarisse Agbegnenou : l’Olympe pour Athéna*.

5 048 h
sur les antennes
nationales

3 990 h
sur les antennes
régionales, toutes
régions cumulées

Près de 20 M
de téléspectateurs
touchés chaque semaine
par notre offre
de documentaires

Prix obtenus en 2024

Les documentaires de France Télévisions ont brillé en 2024, en remportant pas moins de 70 prix, parmi lesquels :

20 jours à Marioupol : Grand Prix du FIPADOC, Oscar du Meilleur film documentaire, Bafta du meilleur documentaire

Afghanes : Grand Prix du Figra catégorie + de 40 minutes, Laurier documentaire

Gaspillage alimentaire, n’en jetez plus : Prix spécial au Prix Italia

Un pasteur : Grand prix du documentaire national au FIPADOC, Gentiane d’or – meilleur film au Trento Film Festival, Grand Prix du Festival du film d’aventure de La Rochelle

Tsiganes le grand silence : mention spéciale au CIRCUM 2024



Au cœur de sa mission de service public de faire rayonner tous les cinémas, France Télévisions a été partenaire de **nombreux festivals**, tant de longs que de courts-métrages, permettant d'accompagner les jeunes talents. C'est ainsi que le pôle courts-métrages participe à plus de 20 événements par an, dont une quinzaine de festivals et de prix (Festival de Clermont-Ferrand, Off-Courts de Trouville...).

Cinéma



Près de 120 prix obtenus en 2024

Une moisson considérable : les films soutenus par France Télévisions ont brillé en 2024 avec **77 récompenses pour les longs-métrages** et **40 pour les courts-métrages**.

Après avoir remporté la Palme d'or au Festival de Cannes en 2023, **Anatomie d'une chute** a continué son rayonnement en France comme à l'international avec **14 prix**, dont le Prix du meilleur scénario et meilleur film en langue étrangère aux Golden Globes, l'Oscar du meilleur scénario original et six prix aux César. **Emilia Pérez** a également reçu de prestigieux prix dont le Prix du jury et celui de l'interprétation féminine à Cannes.

Les courts-métrages se sont aussi distingués en France et à l'étranger : le Festival du court-métrage de Clermont-Ferrand a décerné **sept prix** à des courts coproduits par France Télévisions. **Jus d'orange**, court-métrage d'animation, a reçu le prix de la meilleure animation au Brooklyn Film Festival et au Girona Film Festival et le film court **Les mystérieuses aventures de Claude Conseil** a reçu six prix dans des festivals français.

Partenaire majeur du cinéma français en clair, France Télévisions a consolidé son engagement envers le 7^e art. En signant un accord historique avec les organisations professionnelles du cinéma sur une durée de 5 ans, le groupe public s'est engagé à renforcer son investissement à la création et à assurer une meilleure exposition des œuvres sur ses offres.

Le cinéma a ainsi été mis à l'honneur avec des rendez-vous hebdomadaires incontournables : de grands films populaires et familiaux le dimanche soir sur France 2, des films patrimoniaux et historiques le lundi sur France 3, des œuvres classiques sur France 5 permettant aux cinéphiles de redécouvrir des films marquants des dernières décennies, et sur Culturebox, le programme du samedi soir était consacré au cinéma d'art et essai. Ces rendez-vous ont été complétés par des soirées thématiques ou des soirées spéciales avec la diffusion du film *Shoah* de Claude Lanzman ou *Napoléon* vu par Abel Gance.

Les événements ont également rythmé l'année cinématographique, avec en point d'orgue le Festival de Cannes. Partenaire officiel de cette prestigieuse manifestation, France Télévisions a déployé un dispositif éditorial exceptionnel pour couvrir l'événement, atteignant 38,4 millions de téléspectateurs et 3,5 millions de vues sur sa plateforme. Le groupe public a d'ailleurs renouvelé avec *Brut* et le Festival un accord pour les trois prochaines années.



Sur la plateforme, france.tv a proposé une programmation ambitieuse avec plus de **350 films disponibles tout au long de l'année** et une sélection de films marquants en rattrapage comme *Jusqu'à la garde*, *La Nuit du 12*, ainsi que des collections thématiques autour de grandes figures du 7^e art ou pour rendre hommage à des personnalités majeures du cinéma français comme Alain Delon ou Michel Blanc.

1^{er} partenaire en clair du cinéma français

Près de 70 films d'initiative française soutenus par France Télévisions

+ de 500 films différents proposés en 2024, dont 200 exclusivement sur la plateforme

Événement

La plus grande
salle de spectacle
de France



Concert de Notre-Dame



La Fête de la musique



Le Grand Concert de la Francophonie



Le Gala des pièces jaunes

Cette année encore, France Télévisions a invité les Français à vivre les plus grands événements et partager les plus belles émotions.

Concert du 14 juillet



Festival interceltique de Lorient



Taratata : les 40 ans de Bercy



Culture

La culture est au cœur de France Télévisions : aucune offre concurrente ne propose une telle exposition aux œuvres d'expression originale française et européenne, une telle diversité de formats et d'écritures. Avec un spectre élargi de propositions culturelles pour tous les publics, la culture a continué d'être à l'honneur sur les antennes de France Télévisions.

Prix obtenus

Laurier Magazine pour l'émission **Beau Geste**
Laurier Musique pour les 30 ans de **Taratata**
Grand Prix des médias CB News dans la catégorie Meilleure émission pour **Quelle époque !**

Une offre culturelle riche au service de la création et de la diversité



Les grands événements culturels ont rassemblé un large public tout au long de l'année, et le dispositif exceptionnel autour de la **réouverture de Notre-Dame** a fait vivre ce moment historique à tous les Français. Durant 48h d'antenne, France Télévisions a mêlé tous les genres (émissions spéciales, religieuses, éditions d'information, soirée inaugurale) autour des enjeux historiques, culturels et patrimoniaux pour célébrer la renaissance de ce joyau architectural.



De la culture en région aux musiques du monde

Les antennes régionales et ultramarines de France Télévisions ont fait briller les artistes et toutes les manifestations culturelles depuis leur territoire avec une seule ambition : valoriser la pluralité des cultures des Outre-mer, de l'Hexagone et du monde.



Culturebox, la maison des artistes

Incarnant la promesse du groupe de partager toutes les cultures à tous les publics, **Culturebox** couvre une douzaine de disciplines, y compris des arts peu ou pas exposés habituellement (photographie, BD, architecture, design, street art...) et offre aux jeunes talents un espace de rencontre avec le public.

Les célébrations de la culture

France Télévisions a aussi porté des temps forts de l'actualité culturelle sur ses antennes à travers ses émissions récurrentes à l'instar de *La Grande Librairie*, ou d'émissions emblématiques comme *Le Grand Échiquier*. *Les Clés de l'orchestre*, animé par Jean-François Zygel, a enchanté les téléspectateurs en explorant les chefs-d'œuvre de la musique classique.



Le spectacle vivant avec une place toujours inédite donnée au spectacle patrimonial

Les captations de spectacles ont offert un accès privilégié aux plus belles scènes nationales et internationales. Parmi les moments marquants, la retransmission de *Roméo et Juliette* à l'Opéra de Paris, le concert-événement de Stromae, Mika aux Chorégies d'Orange et des pièces de renom telles que *Le Dragon* de Thomas Jolly et *Le Ciel de Nantes* de Christophe Honoré.

 **+ de 800** émissions culturelles proposées sur les antennes du groupe

 **Près de 300** événements culturels soutenus

 **200 M** de vues sur Culture Prime pour l'ensemble des réseaux sociaux

Jeunesse



Des récits engagés

Parmi les nouvelles créations, des récits engagés ont émergé : *Petite Casbah*, saluée pour son approche subtile de la guerre d'Algérie à hauteur d'enfant, ou encore *Le Refuge d'Audrey*, soutenue par l'UNESCO, qui sensibilise à la préservation des espèces. Des adaptations littéraires, comme *Les Trois Mousquetaires* ou *Il était une fois*, revisitent avec modernité des œuvres de notre patrimoine culturel. En décembre, France 4 a diffusé *La Vie de château*, une tendre adaptation de livres pour enfants abordant la question du deuil. De son côté, **Okoo** a poursuivi son engagement pour des récits plus inclusifs avec des productions comme *Lola et le piano à bruit*, évoquant les relations entre une sœur et son frère autiste, ou encore *Les Astres immobiles*, centrée sur l'intégration d'une héroïne chinoise. La plateforme a également développé son offre audio avec une commande de plusieurs podcasts autour de ces séries phares.



Okoo a diversifié son offre de fictions pour répondre aux besoins spécifiques de **tous les âges** : pour les tout-petits, la série *Moustache et Patoune* ; pour les enfants de sept ans et plus, deux nouvelles séries européennes, *Super-Héros Académie* et *Presque populaires* ; pour les plus grands, la sixième saison d'*Askip* et la suite des aventures de Cece Parker Jones dans *Sortilèges à l'Opéra*.

25,7 M
d'enfants
s'intéressent à Okoo
chaque mois

7 300 h
d'animation sur les
antennes linéaires

90%
des séries d'animation
sont françaises
ou européennes

46,7 M
de vidéos vues par mois
sur la plateforme
numérique

La marque jeunesse de France Télévisions a renforcé son engagement auprès du jeune public, en déployant une offre diversifiée, à la fois sur les antennes linéaires et les environnements numériques. Grâce à la large diffusion de programmes comme *Okoo-koo*, *T'es au top* et *C'est toujours pas sorcier*, l'offre jeunesse de France Télévisions a continué de se distinguer par la programmation de **contenus incarnés, à forte valeur éducative**, répondant aux préoccupations des enfants : bien-être, vie quotidienne et vulgarisation scientifique.



Prix obtenus

Lauriers de l'audiovisuel catégorie jeunesse pour *Mystery Lane*
Mention pour *T'es au top* au Prix Média Enfance Majuscule, catégorie jeunesse

Éducation



Lumni, un compagnon éducatif au cœur des apprentissages

Lumni a poursuivi sa transformation pour accompagner les élèves dans toute leur scolarité et répondre à leurs besoins. Une quinzaine de nouveaux programmes incarnés ont enrichi l'offre, mettant en avant des animateurs connus des jeunes publics, auxquels ils peuvent s'identifier. Parmi ces nouveautés, *Faut que je t'explique*, animé par le Dr Jimmy Mohamed, décortique en trois minutes des questions liées à la santé des adolescents.

Le français, avec *Maîtresse Adeline*, propose 39 règles de français au programme des CM1/CM2. *TakTik*, avec Mathilde et Studygram, devient une référence méthodologique pour les collégiens, avec un focus particulier sur l'entrée en sixième et la préparation du brevet. Enfin, *Les Tutos du bac de français*, animés par Athéna Sol, accompagnent les lycéens de première pour se préparer aux épreuves du bac de français.



Le site lumni.fr a poursuivi sa transformation afin de proposer une expérience personnalisée et interactive aux utilisateurs grâce à de nouvelles fonctionnalités et pour toucher tous les publics, Lumni propose des contenus sur les réseaux sociaux adaptés à chaque cible.

Avec plus de 300 000 abonnés sur TikTok, Lumni connaît une hausse particulièrement importante en doublant son nombre d'abonnés par rapport à 2023.



1,2 M
de visiteurs uniques
chaque mois sur **lumni.fr**

820 000
abonnés tous réseaux
confondus en 2024

+ de 50 M
de vidéos vues

+ de 20 000
élèves ont bénéficié
des actions éducatives Lumni
(rencontres métiers, master
class, webinaires, ateliers...)

Des programmes ancrés dans la vie quotidienne



Au cœur de la vie quotidienne, les programmes régionaux et ultramarins innovent pour valoriser les cultures locales et renforcer le lien de proximité avec nos publics. C'est *bien ici*, dans les Hauts-de-France, propose chaque semaine à un invité de découvrir ses points communs avec la région.

Le Magazine de la santé, désormais incarné par le Dr Jimmy Mohamed, a renouvelé son format pour proposer davantage de conseils pratiques et de reportages immersifs au cœur de notre système de santé.

En société, présenté par Émilie Tran Nguyen, et *C Politique*, animé par Thomas Snegaroff, ont renforcé leur réactivité en passant en direct tous les dimanches, permettant une meilleure interaction avec l'actualité.



Côté jeux, *100 % logique* : la réponse est sous vos yeux s'est imposé comme un **rendez-vous familial incontournable**, atteignant des audiences records avec près de 3,6 millions de téléspectateurs par émission. Ce succès a conduit à la création d'une version courte diffusée après le JT de 20h.

En journée, l'arrivée de Cyril Féraud à la tête de *Tout le monde veut prendre sa place* et celle de Théo Curin à *Slam* ont apporté un souffle nouveau aux jeux quotidiens, suivis par **plus de 8 millions de téléspectateurs**. Les émissions classiques, comme *Questions pour un champion* ou *N'oubliez pas les paroles*, ont continué d'enchaîner les records d'audience.

L'offre de programmes en journée de France Télévisions s'est renforcée, offrant **des émissions ancrées dans le quotidien**, abordant les grandes thématiques sociétales tout en cultivant une approche pédagogique, accessible et ludique.

Le plus grand terrain de sport



Diffuseur des plus grands événements sportifs, France Télévisions a offert une nouvelle fois le meilleur du sport et le plein d'émotions sur ses antennes. Au-delà d'une année sportive historique marquée par les Jeux Olympiques et Paralympiques, le groupe public a rassemblé et fédéré tous les publics autour de grandes compétitions.



Rugby, football, tennis, athlétisme, cyclisme, natation ou encore patinage artistique, France Télévisions est sur tous les terrains. Parmi les temps forts de l'année, le Tournoi des Six Nations masculin et féminin a brillé : en moyenne 35,6 millions de Français ont suivi le Tournoi masculin tandis que le Tournoi féminin a été une édition record en rassemblant près de 15 millions de passionnés.



2024 a également marqué le retour des tournois de tennis **ATP Paris Masters** et **Monte-Carlo Masters** avec le meilleur match de chaque journée et les finales.

Nos magazines sportifs se sont étoffés en septembre dernier. **Le mag Ligue 1**, nouveau rendez-vous dédié à la Ligue 1 de football, vient compléter l'offre de magazines sportifs déjà présente sur nos antennes : **Stade 2**, **Tout le sport**, **Rencontres à XV**.

Tout au long de l'année, l'accent a été mis sur la **promotion du sport féminin** : France Télévisions a diffusé la finale de la Coupe de France féminine de football, les grandes courses cyclistes féminines telles que le Tour de France, la course Paris-Roubaix ou le Tour des Flandres, ainsi que les matchs de l'équipe de France de football féminine, incluant les matchs qualificatifs pour l'Euro 2025 et les rencontres préparatoires aux Jeux de Paris 2024.



Du célèbre Vendée Globe en Pays de la Loire au Tour de l'Ain en Auvergne-Rhône-Alpes, en passant par l'Enduro du Touquet, le Grand Raid à La Réunion, le Tour des Yoles en Martinique ou les Tours cyclistes des Antilles et de la Guyane... autant de **compétitions locales** qui sont célébrées à travers les antennes régionales et ultramarines. Dans un autre registre, *Les Héros du gazon*, nouvelle émission francilienne dédiée au ballon rond et à ses adeptes, nous plonge dans le quotidien des joueurs de Fontenay-le-Vicomte et de son célèbre entraîneur, Pascal Dupraz.



1530 h
de sport sur les antennes nationales



890 h
sur les antennes régionales



60 M
de Français ont regardé au moins 15 minutes de sport sur nos antennes

Une offre marquée par les collaborations avec les acteurs de l'audiovisuel public

Les projets communs du groupe avec ses partenaires de l'audiovisuel public se sont renforcés. D'un côté, avec Radio France autour du média global de proximité Ici pour lequel désormais toutes les antennes régionales affichent le logo « ici » sur ses tranches régionales, le lancement d'une 37^e matinale commune et des programmes communs coproduits comme *Les Voix du canal* en Bourgogne. De l'autre côté, en accueillant la plateforme d'Arte sur france.tv, France Télévisions s'inscrit dans la volonté d'être agrégateur et distributeur de la richesse de l'offre vidéo de l'audiovisuel public.



Dans un contexte audiovisuel en pleine mutation, caractérisé par l'évolution des comportements des publics et l'émergence d'acteurs internationaux majeurs, France Télévisions affirme sa volonté stratégique de construire des alliances solides pour consolider le rôle incontournable de l'audiovisuel public et donner naissance à des projets innovants et ambitieux.

Coopérations



De nouvelles complémentarités ont été mises en place avec Radio France pour proposer de véritables rendez-vous communs, à l'instar du dispositif spécial pour la réouverture de Notre-Dame ou la création d'un espace dédié aux podcasts du Pôle Outre-mer dans l'application de Radio France. De nouvelles passerelles ont été créées entre l'INA et l'offre régionale de France Télévisions autour d'un appel documentaire **Nos générations**.

Le Pôle Outre-mer a poursuivi ses coproductions avec France Médias Monde, avec par exemple la coproduction d'une émission spéciale, diffusée sur RFI dans le cadre de l'opération Outre-mer dédiée à la restitution des restes humains conservés par la France dans ses collections publiques, ou encore une émission radio consacrée à la situation de Mayotte après le cyclone Chido.



L'offre culturelle inédite Culture Prime sur les réseaux sociaux continue son développement. Avec 30 millions de vidéos vues par mois en moyenne, l'offre a enregistré une progression spectaculaire sur Instagram et plusieurs nouveaux canaux ont été créés : un compte Threads, une page LinkedIn et un compte Bluesky.

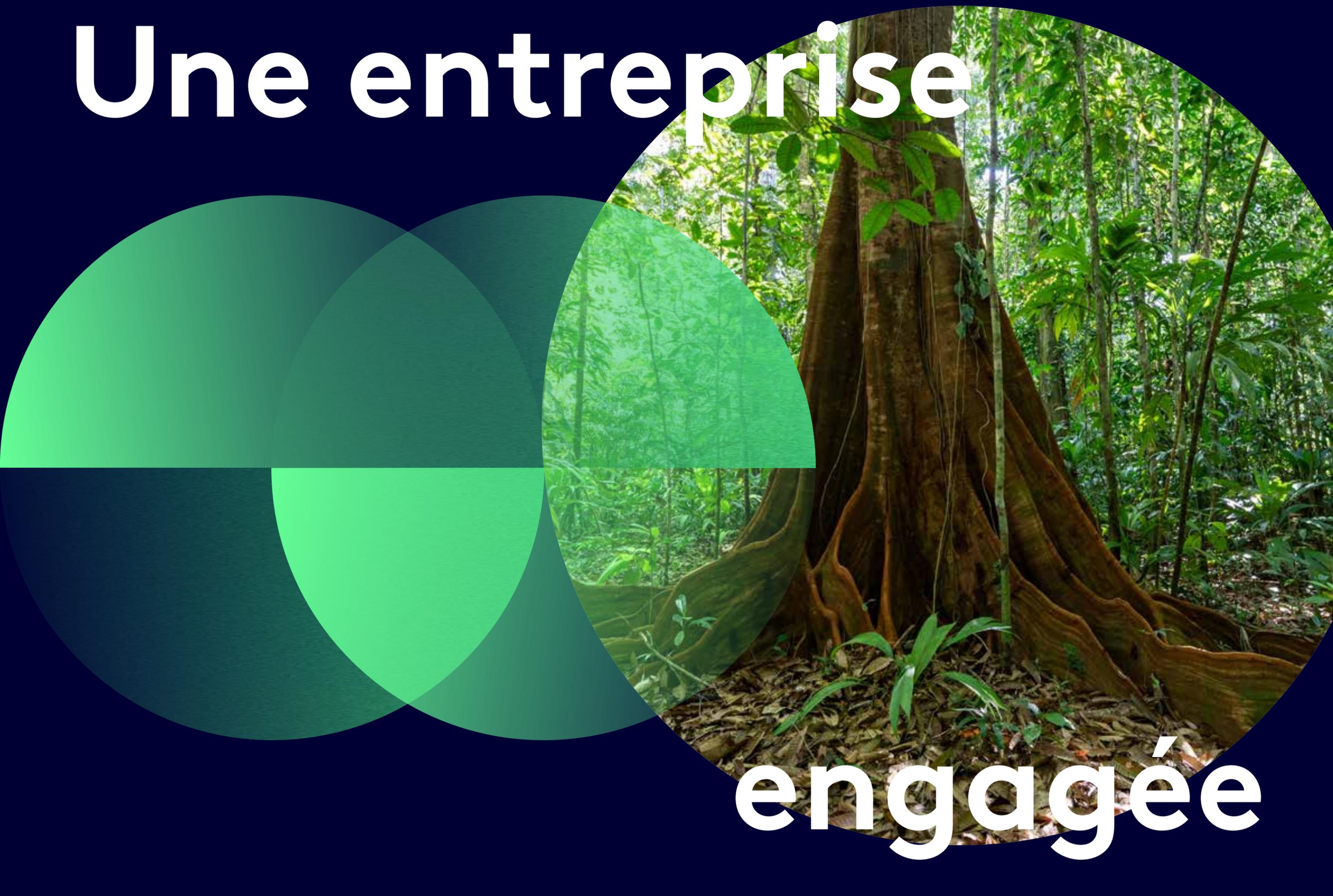


France Télévisions, acteur clé de la fiction internationale

Grâce à des coproductions ambitieuses portées par *Les Gouttes de Dieu*, coproduit avec Dynamic Television, Hulu Japan et Apple TV+, la diffusion après Prime Video de la série *Cœurs Noirs*, *Zorro*, la série *Nautilus* ou encore *Kaboul* en collaboration avec l'Alliance européenne, France Télévisions s'est imposé comme un acteur clé de la fiction internationale.

Une entreprise

engagée



En tant qu'acteur majeur et responsable de l'audiovisuel public, France Télévisions a poursuivi ses actions en faveur d'une démarche environnementale et climatique ambitieuse, tant sur ses sites que dans ses productions et à l'antenne.

Une programmation qui irrigue ses contenus

France Télévisions a poursuivi son engagement dans la lutte contre le réchauffement climatique en enrichissant la programmation de l'ensemble de ses chaînes, à travers une diversité de formats et de genres. L'objectif est de donner des clés de compréhension et d'action à tous les publics.

Une entreprise écoresponsable

Après avoir été pionniers sur l'éco-production dans le domaine de la fiction grâce à sa filiale France TV Studio et à ses équipes de fabrication, France Télévisions a franchi une avancée majeure dans la fabrication responsable de ses programmes en obtenant le label **Ecoprod** pour deux de ses émissions emblématiques de divertissement : *100 % logique* (BBC Studios France) et *Le Jeu des 1 000 €* (Médicis et Radio France).

L'éco-conception est également intégrée dans ses pratiques numériques. Outre des formations dédiées aux collaborateurs et des améliorations techniques sur la plateforme Okoo, france.tv s'est doté d'un **mode « éco »** sur le player vidéo, lui permettant de réduire considérablement la consommation de données et l'empreinte écologique.



Les sujets environnementaux sont au cœur de l'éditorialisation de l'offre numérique de France Télévisions. Avec **france.tv nature**, la plateforme france.tv regroupe au sein d'une même collection, vidéos et articles sur les sujets liés à l'écologie et à la nature, des solutions concrètes, des enquêtes et des portraits de celles et ceux qui œuvrent pour la planète.



De nouveaux outils sont venus renforcer la démarche de production écoresponsable, notamment l'arrivée de **vélos cargos électriques** utilisés comme véhicules de direct et de transmission. Dotés des technologies 5G et Starlink, ces moyens de transport permettent de couvrir des événements dans Paris de manière plus écologique, tout en assurant la qualité technique.

Près de **3 000** sujets consacrés à l'environnement dans les journaux télévisés nationaux

Près de **110 h** de Météo climat sur France 2 et France 3 en 2024



Égalité et diversité

Entreprise responsable et citoyenne en lien étroit avec ses valeurs et ses missions de service public, la démarche diversité et égalité des chances constitue un double engagement pour France Télévisions : sur ses antennes pour développer l'ouverture au monde, le dialogue, la compréhension de tous les publics et au sein de l'entreprise pour favoriser une politique d'égalité des chances.



Depuis des années, le groupe mène une politique exigeante pour favoriser la parité et, en 2024, nous sommes parvenus à obtenir 50 % d'expertes femmes sur nos antennes. La journée du 8 mars, Journée internationale de lutte pour les droits des femmes, et la Journée internationale du 25 novembre contre les violences faites aux femmes sont autant d'occasions pour France Télévisions de réaffirmer son engagement en faveur de l'égalité et des droits des femmes.



France Télévisions a continué de s'engager dans tous les genres de programmes en faveur de la lutte contre les discriminations, notamment dans la **lutte contre le racisme et l'antisémitisme** : le groupe a ainsi proposé sur ses antennes une offre éditoriale spécifique tout au long de l'année et a continué de promouvoir la diversité et le vivre ensemble, notamment par une montée en puissance des productions audiovisuelles ultramarines.

En 2024, l'**accessibilité des programmes** sur France Télévisions s'est traduite par une offre très largement sous-titrée, une programmation en audiodescription parmi les plus riches de France, une traduction en langue des signes de plusieurs rendez-vous d'actualité et d'information, et une représentation sur ses antennes sans précédent.



Fondation Engagement Médias pour les Jeunes

Membre fondateur de la Fondation Engagement Médias pour les jeunes, France Télévisions apporte un soutien continu à son action et à sa mission : œuvrer pour l'inclusion des jeunes en situation de fragilité sur tout le territoire français, lutter contre la déscolarisation et l'exclusion, et promouvoir l'égalité des chances. En 2024, grâce à l'appel à projets « Ma Parole 2024 ! », qui avait pour objectif de soutenir les initiatives favorisant l'expression écrite et orale, l'éloquence et la confiance en soi, 38 projets portés par des associations ont été soutenus par la Fondation au bénéfice d'environ 15 000 jeunes.

Près de 50 %
d'expertes sur
nos antennes

99/100
l'index de l'égalité
professionnelle

8,62 %
de personnes en
situation de handicap
parmi les salariés
du groupe

Éducation

aux médias et à l'information

Profondément convaincu du rôle majeur que le service public de l'audiovisuel doit jouer dans l'analyse, le décryptage et le renforcement de l'éducation aux médias, France Télévisions a depuis longtemps fait de l'EMI (Éducation aux médias et à l'information) et de la lutte contre les fausses informations un axe prioritaire de sa stratégie.

France Télévisions,
acteur majeur
de l'éducation

Des actions de terrain engagées

Le groupe a ainsi intensifié son engagement auprès des enseignants et des jeunes publics à travers deux étapes du Tour de France de l'éducation aux médias, en poursuivant ses actions auprès des enseignants des académies d'Île-de-France et en mobilisant toutes ses ressources lors de la Semaine de la presse et des médias dans l'École ou encore la journée de lutte contre le harcèlement scolaire.

Pour que l'éducation reste une priorité pour les jeunes générations et venir en soutien à la continuité pédagogique en Nouvelle-Calédonie, Lumni et Nouvelle-Calédonie La 1^{ère} se sont mobilisés pour proposer des cours dispensés par des enseignants de l'Éducation nationale et de la jeunesse sur l'antenne et sur la plateforme éducative.



Des thématiques essentielles pour les jeunes publics ont aussi été explorées. La série *Sexotrucs*, destinée aux 8-11 ans, traite avec finesse et pédagogie des questions liées au corps et aux sentiments. Dans un autre registre, la série *Dans mon job - les métiers du numérique* incite les nouvelles générations à envisager des carrières dans ce secteur d'avenir.



Les équipes de Lumni ont développé leurs actions de terrain, touchant **plus de 22 600 jeunes** à travers 61 master class et ateliers en France, en collaboration avec 80 salariés de France Télévisions autour de thématiques qui les concernent comme l'inclusion, la laïcité, le harcèlement scolaire.

Chiffres clés de l'année 2024

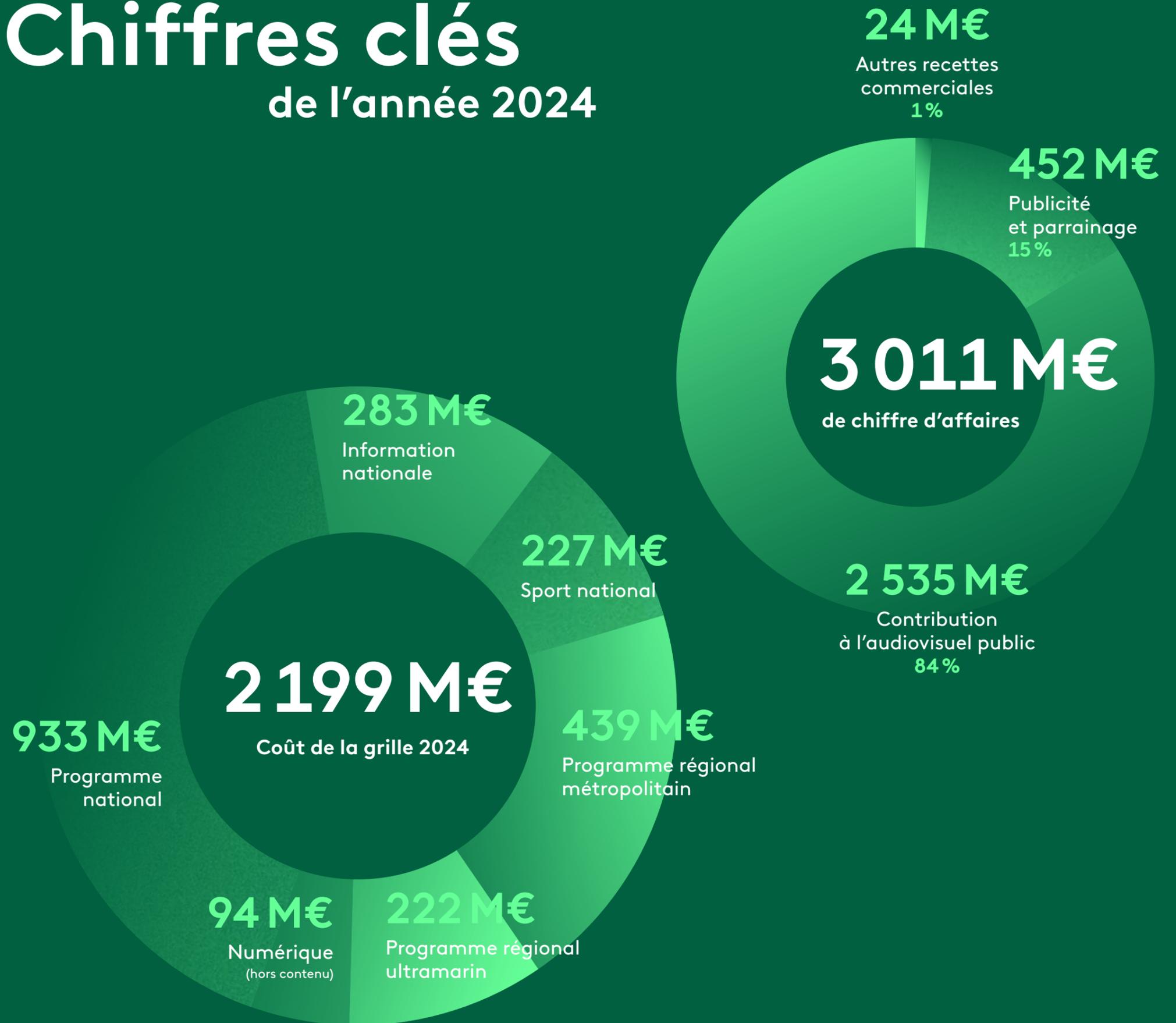
Pour la 9^e année consécutive et malgré un budget contraint par l'annulation de concours publics, les comptes de France Télévisions sont à l'équilibre en 2024 avec un résultat net de **+2,4 M€**.

France Télévisions a confirmé ses missions essentielles pour informer les Français dans un contexte géopolitique complexe et une situation politique inédite, faire briller et rendre accessibles à chacun les grands événements de la vie du pays et soutenir la création audiovisuelle et cinématographique.

8 932
salariés en 2024,
dont la moitié au sein
des réseaux France 3
et Outre-mer

46,6 %
de femmes
au sein de l'entreprise

99/100
mesure de l'index Pénicaud
2024 de France Télévisions
↳ Mesure du niveau d'égalité
entre les femmes et les hommes



Les



filiales

Une année historique
sous le signe
de l'innovation

France TV Publicité est la régie de France Télévisions depuis 1989. Elle contribue au modèle économique du groupe en lui apportant des ressources dynamiques et autonomes. Dans un paysage audiovisuel et publicitaire en pleine transformation, elle occupe la **3^e place du podium au sein du marché de la télévision.**



Prix obtenus

27 prix remportés en 2024

France TV Publicité est la régie **la plus récompensée du marché publicitaire**. Elle a remporté notamment le **Prix Régie de l'année CB News** en 2019, 2022, 2023 et 2024. En 2024, elle est également élue « **Régie de l'année** » par la rédaction du magazine **Stratégies** dans le cadre de son Grand Prix Stratégies de l'Innovation Media.

France TV Publicité

Portée par une année dynamique exceptionnelle, France TV Publicité a développé des innovations et des nouveaux services pour valoriser les marques et mieux accompagner les annonceurs.

À l'ère de l'hybridation et de l'unification des mesures, la régie a lancé des nouvelles offres alliant **Total Video et Contexte Premium** au travers de 4 thématiques : **Sport, Actualité, Culture, Météo climat.**



*SRI : Syndicat des régies internet

Une entreprise engagée

Première régie audiovisuelle à être labellisée « **Positive Company®** », France TV Publicité a également décroché **l'échelon Platine du programme Sustainable Digital Ad Trust** valorisant les transitions des régies du SRI* en faveur d'une publicité digitale plus responsable. À l'occasion des Jeux Olympiques de Paris, France TV Publicité a mis en place **un service internalisé de sous-titrage des campagnes publicitaires** sur tous les leviers vidéo.

Comme chaque année, la régie a soutenu plus de 120 associations en offrant de la visibilité à leurs causes, et reversé plus d'1 million d'euros de recettes publicitaires à de grandes causes faisant l'objet de soirées dédiées sur nos antennes. Enfin, France TV Publicité, membre fondateur de l'association **les Relocalisateurs**, s'est engagée à promouvoir les médias nationaux et locaux

pour renforcer la dynamique économique, sociale et démocratique de nos territoires.



L'année a aussi été marquée par un partenariat avec M6 Publicité et RMC-BFM Ads pour lancer une offre commune en télévision segmentée avec Unlimitail, **TV Retail Connect**, la première marketplace retail média dans ce domaine. Cette offre qui repose sur la technologie et la data permet de proposer aux annonceurs le meilleur dans ce domaine. Cette offre qui repose sur la technologie et la data permet de proposer aux annonceurs le meilleur des deux mondes avec la puissance, le reach, et la qualité des contenus du média télévision des trois groupes.

Afin de cultiver l'attention des publics, France TV Publicité s'est démarquée en déployant des indicateurs de l'attention dans ses outils et dans les outils planning des agences et du marché. C'est ici la dernière étape de la démonstration de l'efficacité de mesure de l'attention dans cette approche de l'optimisation du Total Video Premium. **Une première mondiale !**

 **320**
collaboratrices et collaborateurs répartis à Paris, dans les régions et en Outre-mer

 **Près de 40**
chaînes de télévision commercialisées par France TV Publicité

 **Près de 30**
sites internet et applications mobiles commercialisés par France TV Publicité

France TV Studio

France TV Studio, filiale de France Télévisions spécialisée dans la production audiovisuelle, exerce son savoir-faire dans différents domaines avec un seul objectif : donner du sens à nos écrans.



Un engagement RSE constant et structuré

France TV Studio a confirmé son positionnement d'entreprise responsable et de rôle moteur dans l'éco-production en renouvelant des labels exigeants comme le label **Lucie 26000** ou en obtenant le label **Ecoprod** pour la série quotidienne *Un si grand soleil* et le documentaire *Chauvet, voyage aux origines*.

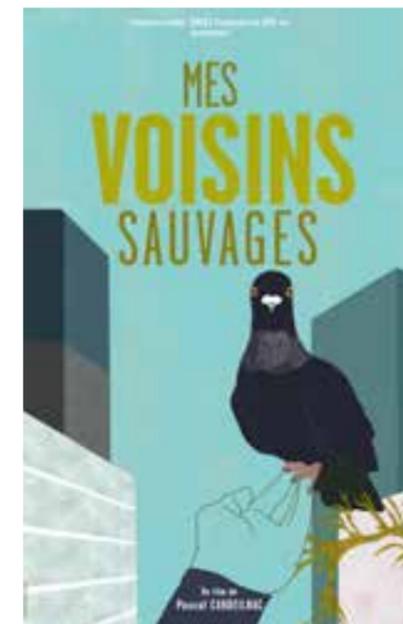
France TV Studio a également accéléré sa diversification avec le lancement de l'activité de l'autopromotion, la production de signaux internationaux pour des événements majeurs, la création de nouveaux formats de jeux et le déploiement de certaines de nos émissions en version podcasts. Les synergies avec les filiales commerciales de France Télévisions se sont également renforcées.

L'activité s'est aussi développée auprès d'autres acteurs de l'audiovisuel, notamment par la **production de contenus, le doublage, le sous-titrage**, et des propositions originales auprès d'autres plateformes de streaming. Le label **France Doublage** s'est distingué par des réalisations ambitieuses, comme le film musical *La Flûte enchantée*, bénéficiant d'un doublage haut de gamme.



À l'instar de France Télévisions, France TV Studio s'est mobilisé tout au long de l'année pour accompagner les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, tant dans la production de contenus que dans les déploiements technologiques pour favoriser l'accessibilité des programmes. La filiale a d'ailleurs accompagné la ferveur olympique en produisant le signal international de l'arrivée de la flamme olympique.

Paris 2024 restera également un événement historique en faveur de l'inclusion grâce aux innovations déployées par les équipes de **France TV Access**, pour proposer des sous-titrages sur tous les contenus et les retransmissions, y compris sur la chaîne **France.tv PARIS 2024**, et 7h de vocalisation en direct par jour durant les épreuves et les cérémonies. Leader français du sous-titrage TV pour sourds et malentendants, France TV Access a confirmé l'excellence de son savoir-faire avec le renouvellement de sa certification ISO 9001 en mai 2024.



+ de 1500 h
de contenus produits
par an

1^{ère}
société de production
de fiction et de flux
en France

636
collaborateurs à temps plein,
un effectif multiplié par deux
depuis 2018

113 M
de chiffre d'affaires

Les filiales de France TV Studio

en 2024



DWARF

Renforcement de son positionnement dans l'animation avec la fabrication de la saison 6 de *Miraculous* et la signature de la saison 2 de *Mick le mini chef*.



Les Tontons truqueurs

Inauguration en juin 2024 de leur nouveau dispositif de production virtuelle : le studio XR équipé de 100 m² de mur LED.

France TV Studio



V Studios un projet structurant pour l'avenir

Retenu dans le cadre du plan de financement « France 2030 » de la Grande Fabrique de l'image, le projet V Studios a vu sa première pierre posée en novembre.



France TV Presse

Lancement du nouveau magazine *La Guerre de l'info*, primé au Festival de Monte-Carlo et renouvellement de son agrément d'agence de presse.

France TV Distribution



L'unité **Divertissements** de la filiale du groupe public s'est également développée en multipliant les partenariats et les coproductions de spectacles, permettant ainsi le développement de l'offre Musique et spectacles du groupe France Télévisions. Par son activité d'édition musicale, France TV Distribution répond aux besoins des antennes en musique d'illustration, développe la librairie musicale du groupe (francetvsynchro.fr) et administre ainsi l'ensemble du catalogue musical du groupe et de la filiale France TV Studio.



En 2024, l'unité **Distribution internationale** de France Télévisions Distribution est portée par une offre large et généraliste de 8 000 heures, enrichie de 400 heures chaque année sur tous les genres : animation, fiction, documentaire, cinéma et flux. Grâce à plus de 800 acheteurs à travers le monde et une présence internationale sur les Salons et marchés dans une quinzaine de pays, le chiffre d'affaires du pôle Distribution, en évolution constante, représente 36 % du chiffre d'affaires de France TV Distribution. Il est porté par des programmes forts tels que *Astrid et Raphaëlle*, la collection *Meurtres à...*, *Dix pour cent*, des films comme *Complètement cramé*, *Rien à perdre*, ou encore des documentaires emblématiques tels que la collection *Apocalypse* ou *Afghanes*.

France Télévisions 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 la distribution et le financement de programmes audiovisuels ainsi que l'édition vidéo et VOD, l'édition musicale, de magazines et livres, et les droits dérivés.

Pour diversifier ses ressources, l'unité **Licence** 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...* autant de produits qui accompagnent les Français dans leur quotidien.



Après avoir développé des produits dérivés et une boutique *Silence ça pousse !*, France TV Distribution a lancé avec MGM, leader dans l'innovation des produits de jardinage pour enfants, une gamme *Silence ça pousse ! Junior* comprenant des kits de plantation, des outils de jardinage, un vivarium d'observation, etc.

65 collaborateurs

58 M€ de chiffre d'affaires en 2024

Véronique Borel

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

Jennifer Armand

Responsable communication corporate
jennifer.armand@francetv.fr
06 10 49 53 74

Muriel Attal

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

Vous pouvez nous contacter

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 9h à 13h et de 14h à 17h (sauf week-end et jours fériés)

Par visio-chat

(sourd ou malentendant)
Du lundi au vendredi de 14 h à 18 h (sauf week-end et jours fériés)

Édité par la direction de la communication et du marketing, août 2025

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

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

Réalisation : **Direction de la marque** / Graphisme et mise en pages : **Narrative, bureau de création**

Crédits photo : P.3 Édito © Nathalie Guyon / France Télévisions – P.4 © François Roux / Only France / Only France via AFP – P.8 UHD (janvier) © Rudy Balasko. Février La 1ère Musique © Louis-Adrien Leblay / France Télévisions. France.tv PARIS 2024 (mai) © Jean-Marie Hervio / Vincent Curutchet / Luis Robayo / Damien Meyer / François-Xavier Marit / Paul Ellis / Philippe Millereau / KMSP / AFP. Signature accord (juin) © France Télévisions – P.9 Cérémonie d'ouverture, allumage de la vasque olympique (juillet) © Mohd Rasfan / AFP. Plateau télévisé Jeux Olympiques Paris 2024 (août) © Gilles Gustine / France Télévisions. Ici (novembre) © France Télévisions. Réouverture Notre-Dame, Stéphane Bern (décembre) © Stéphane Grangier / France Télévisions – P.10 Vasque olympique © David Ramos / Getty Images Europe / Getty Images via AFP – P.11 Florent Manaudou, porteur de la flamme olympique © François Lefebvre / France Télévisions. Visuel france.TV PARIS 2024 © Getty Images © France Télévisions. Surf, le feu sacré © Yami 2_Manea Fabisch. Plateau Aux Jeux Streamers © Gilles Gustine / France Télévisions – P.12 Plateau Trocadéro, plateau Quels Jeux (Léa Salamé et Laurent Luyat) © Nathalie Guyon / France Télévisions – P.13 Vasque cérémonie Jeux Paralympiques Paris 2024 © Franck Fife / AFP – P.14 Plateau Arc de Triomphe © Nathalie Guyon / France Télévisions. Global Satellite Communications © Marck Garlick / Science Photo Library – P.15 © France Télévisions – P.16 Les Gouttes de Dieu © Stéphane Grangier / Dynamic / France Télévisions. 100% Logique © Cyril Moreau / Bestimage. Paris Games Week © Elliot Le Corre / Webedia – P.17 Journal Télévisé 20h © Alexandre Isard / France Télévisions – P.19 Soirée électorale européennes 2024 © Gilles Gustine / France Télévisions. Envoyé Spécial depuis Kiev, Plateau Nuit Américaine © France Télévisions. Plateau Notre-Dame © Sidney Carron / France Télévisions / François Roux / Only France / Only France via AFP – P.20 Plateau Législatives © Mathieu Génon / France Télévisions. Vrai ou Fake © Nathalie Guyon / France Télévisions – P.21 © France Télévisions – P.22 Outre-Mer L'info © Nathalie Guyon / France Télévisions. JT Réunion La 1^{ère} © France Télévisions – P.23 Zorro © Marcel Hartmann / Paramount+ / Collectif 64 / Bien Sûr Productions / France Télévisions – P.25 Signalements © Manuelle Toussaint. Un soupçon © François Lefebvre / Épisode Productions / France Télévisions. Enjoy © Thibault Grabherr / Le collectif 64 / France Télévisions. Bugarach © Ulrich Lebeuf / Cantina Studio / France Télévisions – P.26 Notre-Dame Résurrection © Électron Libre. Raqqa, l'ombre de Daech © Tohu Bohu Films – P.27 Plateau de C à vous au Festival de Cannes © Jack Tribeca / Bestimage. Jus d'orange © Nolita Cinéma. Emilia Pérez © Page 114 / Why Not Productions / Pathé Films / France 2 Cinéma – P.28 Concert réouverture Notre-Dame © Cyril Moreau / Bestimage. Le Grand Concert de la Francophonie © François Lefebvre / France Télévisions. Gala des Pièces Jaunes © Gilles Gustine / France Télévisions. Fête de la Musique © Louis-Adrien Le Blay / France Télévisions. 53^e Festival Interceltique de Lorient © Yannick Coeffe FIL. Taratata fête les 40 ans de Bercy © David Nivière / France Télévisions – P.29 Stromae © MediaPunch / Rex Shuttters / Rex Sipa. Réouverture de Notre-Dame © Christophe Clovis - Cyril Moreau / Bestimage. Carnaval Tropical de Paris 2022 © Gilles Gustine / France Télévisions. Romeo et Juliette © Vincent Pontet / OnP. Top Comedy Club © Kader Aoun Productions – P.30 Petite Casbah © Darjeeling. Okoo-koo © Nathalie Guyon / France Télévisions. L'académie des super-héros © ZDF Studios – P.31 Tak Tik © Christophe Fillieule / France Télévisions. Faut que je t'explique © Delphine Ghosarossian / France Télévisions. Lumni © France Télévisions – P.32 C Politique - En Société © Louis-Adrien Le Blay / France Télévisions. Le Mag de la santé @ Delphine Ghosarossian / France Télévisions. C'est bien ici © Sarah Alcalay / France Télévisions. Tout le monde veut prendre sa place © Gilles Gustine / Effervescence / Cyrilprod – P.33 © Le Mag Ligue 1 © Nathalie Guyon / France Télévisions. VI Nations Féminin © Vincent Damourette / Sipa. 36^e Tour de Martinique des Yoles rondes © Denis Bouton. ATP Paris Master © Christophe Archambault / AFP – P.34 Nautilus © Disney Enterprises Inc. Cœurs Noirs © Sife Elamine / Mandarin Télévision / France Télévisions. Kaboul © Domniki Mitropoulou / Cinétévê / 24 25 Films / France Télévisions – P.35 Le monde secret des forêts © Windfall Films Ltd – P.36 france.tv nature © Getty / GlowingEarth. Le Jeu des 1000€ © Louis-Adrien Le Blay / France Télévisions. Vélos cargos © France Télévisions. Sale temps pour la planète © Elle est pas belle la vie ! – P.37 Slam#2 © Gilles Gustine / France Télévisions. Je ne suis pas Chinetoque © Troisième Oeil productions. Julie récit d'un féminicide © Comic Strip Production – P.38 Tour de France de L'EMI © Olivier Martino / France Télévisions. Masterclass Lumni © France Télévisions. Sexo Trucs © Tournez S'il Vous Plaît – P.40 Vendargues Studio Un si grand soleil © Guilhem Canal / France Télévisions – P.42 Un si grand soleil © Fabien Malot / France Télévisions. France Doublage © Jean-Philippe Baltel / MFP. Mes voisins sauvages © Illustration de Claire Gandini – P.43 Mick le mini chef © 2018 Studio Redfrog / AnimationsFabrik. La guerre de l'info Israël Hamas © France Télévisions. Inauguration mur LED Les Tontons truqueurs © Lucas Sousseing – P.44. Astrid et Raphaëlle © Patrick Fouque / JLA / France Télévisions. Visuel Apocalypse collection © Getty Images / Création graphique © CC&C Mediawan 2023. Silence ça pousse © Cbecause TV.

