

france•tv

RENCONTRES PRODUCTEURS Documentaire

France Télévisions
USPA-SPI-SATEV-SPECT-GARRD-SCAM

12/03/2025



france•tv

1. Un marché et des usages en pleines mutations

2. Une ambition forte pour la plateforme

3. Le documentaire dans les nouveaux usages : ce que l'on observe



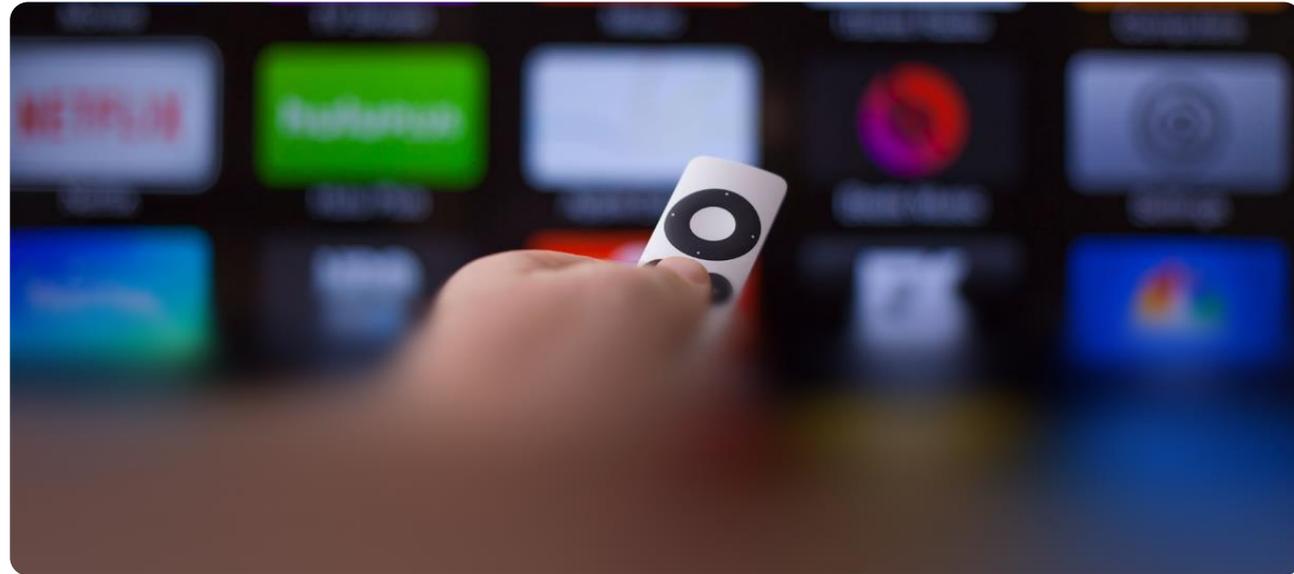


france•tv

01

Un marché et des usages en pleines mutations

Un paysage concurrentiel en mutation rapide



La télévision reste le média le plus consommé.

- Les Français consomment 4h23 de contenus vidéos par jour.
- Si 64% de cette consommation se fait sur la TV live, progression importante de la vidéo à la demande (36%, +3 pts en 1 an)

Source : Médiamétrie – Année TV 2024

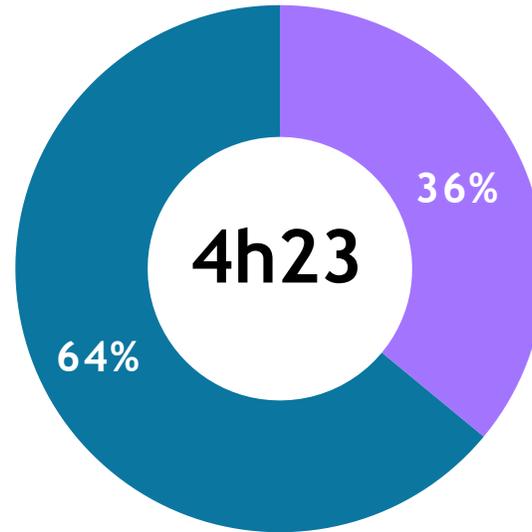
Explosion des usages à la demande

- Boom du marché de la SVOD: un marché à maturité ?
- Développement de l'AVOD : YouTube média #1 des moins de 25 ans.
- Emergence des chaînes FAST
- Influence grandissante des réseaux sociaux et progression de leur audience.

Des écarts générationnels croissants

- Décrochage des 15-24 ans des usages traditionnels : consommation vers les plateformes de vidéo et les réseaux sociaux.
- Attente de personnalisation et d'interaction
- Boom des shorts

Plus d'1/3
de la
consommation
vidéo des
Français se fait
à la demande,
sur une
plateforme



- Consommation TV live
- Consommation vidéo sur plateforme

AVoD



SVoD



Plateformes sociales



BVoD

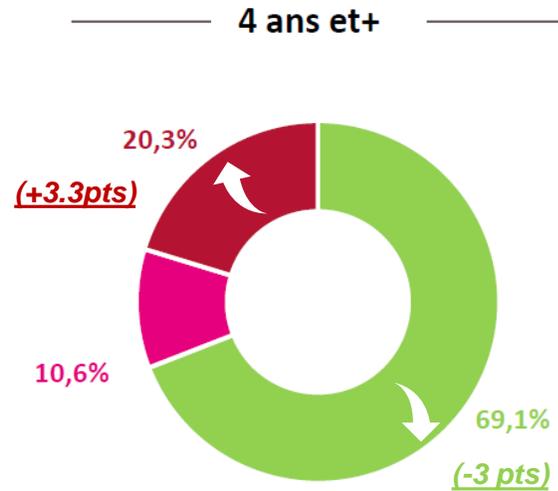


La TV reste majoritaire dans les usages vidéo au global

(69% sur les 4+)

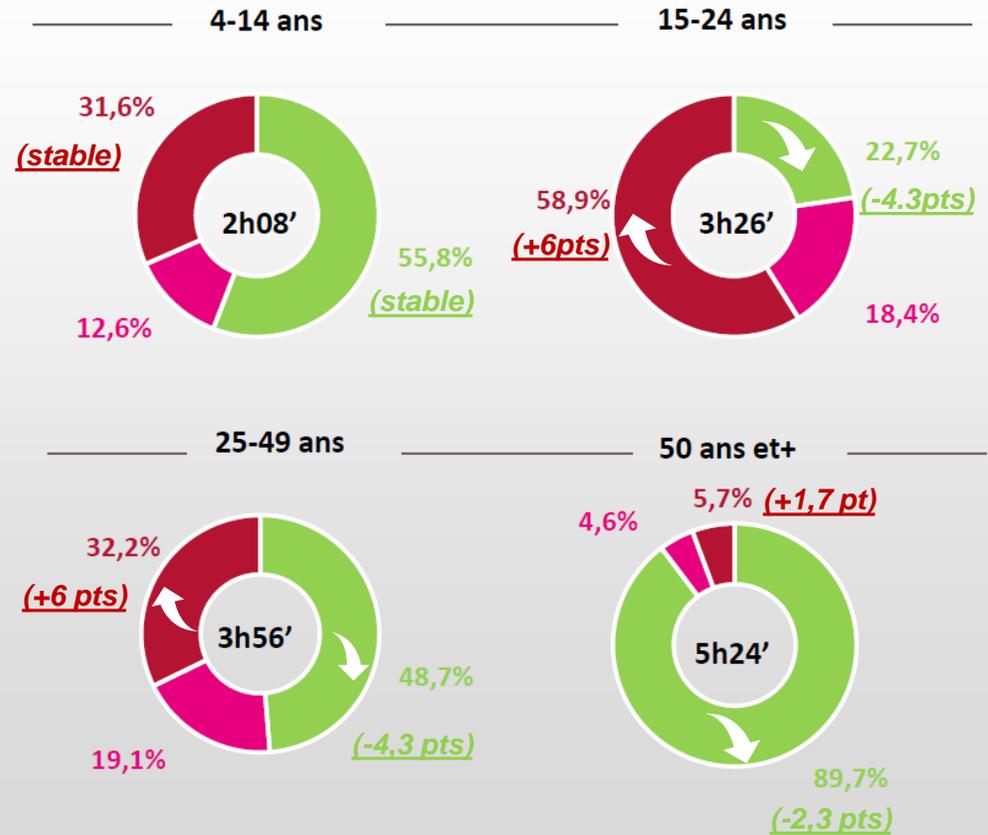
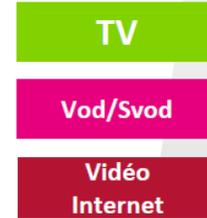
mais **ne l'est plus** sur les **15-49 ans**

et le média TV perd du terrain vs. les autres contenus (SVOD, réseaux sociaux) sur toutes les cibles adultes



(Evolution en un an)

- ▶ TV Tous lieux et tous écrans : en live, différé ou replay – mesure Médiamat. du 08 avril au 23 juin 2024
 - ▶ TV sur écrans internet à domicile 4-14 ANS_Vod/Svod et Vidéos sur Internet – Global Vidéo
 - ▶ Global Vidéo – Vague 33 – avril-juin 2023 – France entière
- Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés



Le Replay, une pratique désormais bien implantée dans le quotidien des Français



En 2024, les
contenus replay
dépassant les
500 000
tvsp. sont en
hausse de

+ 80 %

vs. 2019



2.6M de tvsp. enreplay
J+28
Novembre 2024



1.9M de tvsp. enreplay
J+28
Saison 4 - Mai 2024



1.3M de tvsp. enreplay
J+28
Août 2024



france.tv

02

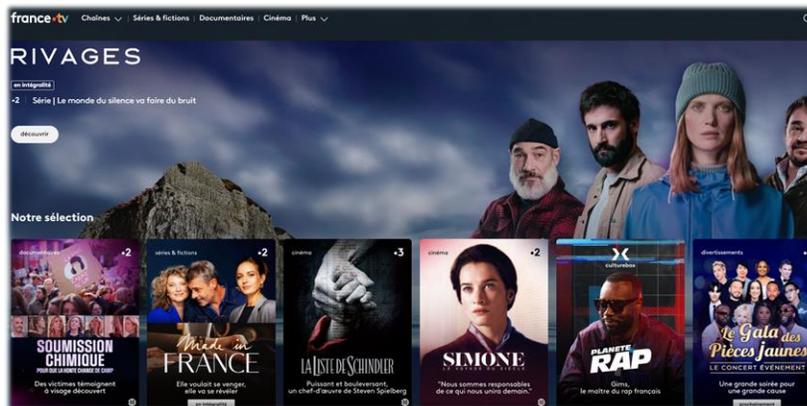
Une ambition forte
pour la plateforme

Augmenter notre capacité à émerger dans un contexte d'hyperchoix de contenus

🎯 CONQUÊTE PUISSANCE ÉMERGENCE

→ DES AMBITIONS EDITORIALES ÉLEVÉES

- ✓ Diversification des territoires en fiction : *Vortex, Cœurs noirs, Sambre, Abysses, Rivages, Zorro, Made in France...*
- ✓ L'hybridation des genres et mettre : *Notre Histoire de France, L'affaire d'Outreau, Insoupçonnable...*
- ✓ Mettre en récit les enjeux d'aujourd'hui et gagner en impact : *Lyndsay La Mécanique du harcèlement, Soumission chimique*
- ✓ Premier générateur de marques à fort impact : *Drag Race France, Les rencontres du Papotin, Sur le Front, Les gouttes de dieu...*
- ✓ Le plus grand terrain de sport, avec 4000h en libre accès



→ UN DOUBLE OBJECTIF DE FIDÉLISATION ET D'ÉLARGISSEMENT DU PUBLIC

- ✓ S'aligner avec les nouveaux modes de consommation des publics, de plus en plus habitués par les plateformes payantes à pouvoir « binger » les séries
- ✓ Fidéliser le public dans l'environnement FTV quel que soit le support et le moment de visionnage
- ✓ France TV Slash première plateforme dédiée au jeunes adultes

france.tv Une plateforme innovante : un temps d'avance sur la consommation en streaming

Une stratégie d'extension des options de diffusion

PREVIEW

Depuis 2019

Systematisée et étendue en 2024

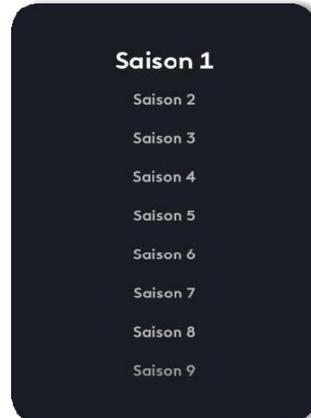
J-15, J-7, dès 6h du matin ...



BINGE

Depuis 2019

J+7, J+30 et en longue durée



AVOD

Depuis 2020

+100 collections, +300 films, +25 séries



CHAÎNE THÉMATIQUE

Depuis 2021

1 chaîne éphémère Paris 2024
1 chaîne séries
1 chaîne docs



AGREGATEUR

Depuis 2024

Les contenus Arte sont disponibles sur france.tv



La plateforme france.tv au centre de l'offre: la couverture mensuelle a plus que doublé en 5 ans

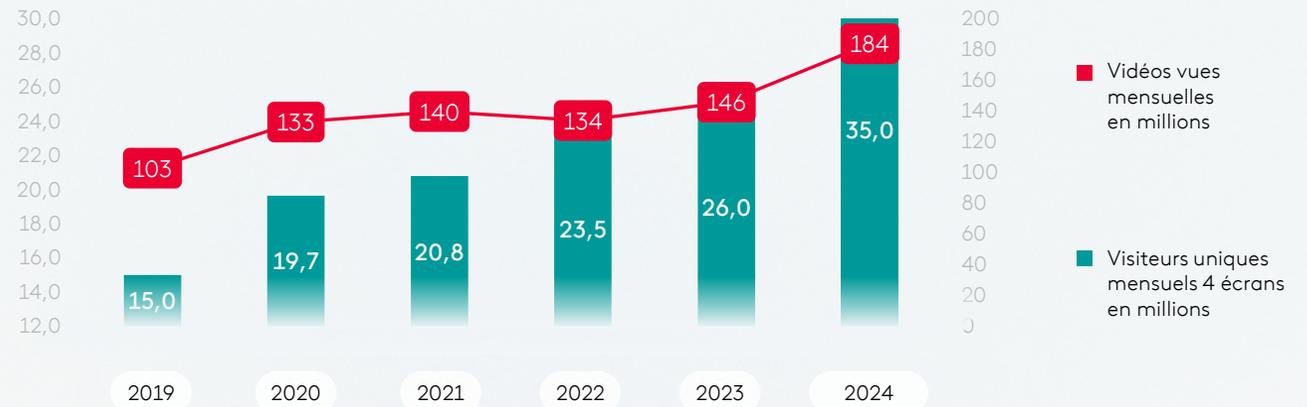
35.0M

Chaque mois, la plateforme france.tv attire **35.0 millions de visiteurs uniques en 2024** (usage VAD sur 4 écrans, télévision, ordinateur, smartphone et tablette, contenus watermarkés sur les plateformes externes), un score multiplié par plus de 2 vs 2019

184M

En 2024, en moyenne par mois sur ordinateur, smartphone, tablette et télévision, les audiences numériques sur la plateforme atteignent **un niveau record à 184 millions de vidéos vues** (+79% vs. 2019)

Évolution des visiteurs uniques mensuels 4 écrans et des vidéos vues de france.tv



Médiamat Thématik (ad hoc france.tv VAD incluant F4) / seuil 10 secondes
eStat Médiamétrie (web, apps, mobile, Free, appstv) + données des opérateurs FAI + Molotov

france•tv atteint son objectif
d'être la 1^{ère} plateforme gratuite
française :

france•tv
la plateforme qui
progresses le plus vite

La plateforme s'adresse ainsi à tous les
publics. Par exemple sur ce début 2025, elle
touche en moyenne chaque mois :

71% de la **population active**

73% des **15-24 ans**

82% des **25-34 ans**

Nombre de vidéonautes uniques mensuels

| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | Début 2025 |
|-----------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| france•tv | 20.8M | 23.5M | 26M | 35.0M | 35.9M |
| TF1+ | 27.1M | 26.5M | 27.7M | 32.7M | 34.6M |
| 6+ | 16.4M | 17.0M | 16.6M | 21.3M | 27.3M |
| arte.tv | 6.7M | 7.2M | 8.8M | 10.8M | 10.9M |

Source : Médiamat Thématik (ad hoc france.tv VAD incluant F4 pour france.tv) et National pour la concurrence / seuil 10 secondes



03

france.tv

Le documentaire dans ces nouveaux usages : ce que l'on observe



Sur la saison 23/24

8.1M

de téléspectateurs
regardent
en moyenne chaque
semaine*
au moins un
documentaire
de France Télévisions
(hors exclusivités
numériques)

**seuil : 51% non-consécutif*

- **France Télévisions, 1^{er} acteur du documentaire en France**
- **Une visibilité sans égale sur les différentes antennes du groupe**
- **Mais une couverture qui continue de reculer de saison en saison**

Le documentaire,
4^{ème} genre
consommé
sur la
plateforme

derrière la fiction,
la jeunesse et les
magazines

Vidéos vues en pourcentage par genre - **Uniquement sur le replay, preview et exclus**



- Série/fiction
- Jeunesse
- Magazine
- Documentaire
- Jeu/divertissement
- Cinéma
- Info
- Culture
- Sport

Les séries docs et les séries évènementielles prennent de plus en plus de place dans la consommation sur la plateforme

TOP 10 – REPLAY/EXCLUS/AVANT-PREMIERES

Vues par programme en cumulé Tous supports
Périmètre 4 écrans

| | | |
|----|--|------|
| 1 | Notre Histoire de France (6 épisodes) | 2,9M |
| 2 | Secrets d'histoire (24 épisodes) | 2,4M |
| 3 | Des trains pas comme les autres (41 épisodes) | 2,3M |
| 4 | Nus et culottés (34 épisodes) | 1,8M |
| 5 | MH370 : la vérité disparue (6 épisodes) | 1,8M |
| 6 | Insoupçonnable : l'affaire du Grêlé (4 épisodes) | 1,7M |
| 7 | Au cœur des Jeux (5 épisodes) | 1,7M |
| 8 | Rendez-vous en Terre Inconnue (16 épisodes) | 1,3M |
| 9 | La guerre des trônes (36 épisodes) | 1,0M |
| 10 | Infrarouge (31 épisodes) | 0,9M |



Le programme recrute plus de 2 700 nouveaux comptes et rajeunit le profil du genre :

48 ans d'âge moyen (-3pts sur la moyenne du genre)



Près d'1 vidéonaute sur 3 a moins de 34 ans

Faisant suite aux *JOP*, *Au cœur des jeux* génère plus de 3 000 nouveaux comptes et **performe sur les plus jeunes**, avec un âge moyen de 45 ans (-4 ans vs. moyenne du genre). De nombreux **relais** ont été faits entre les réseaux sociaux et la plateforme.

Les usages délinéaires accompagnent fortement notre offre de mini-séries documentaires



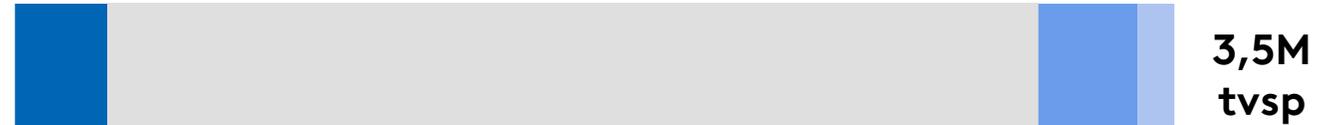
Preview

live

J à J+7

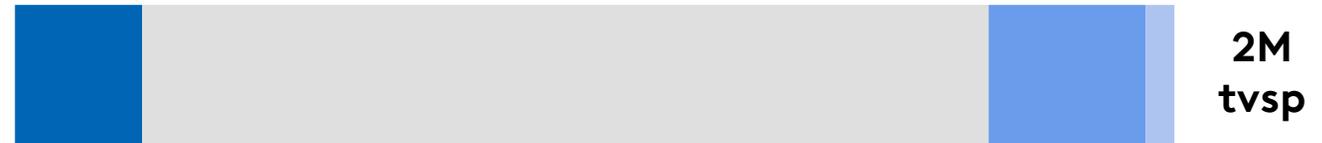
J+7 à J+28

Poids du délinéaire



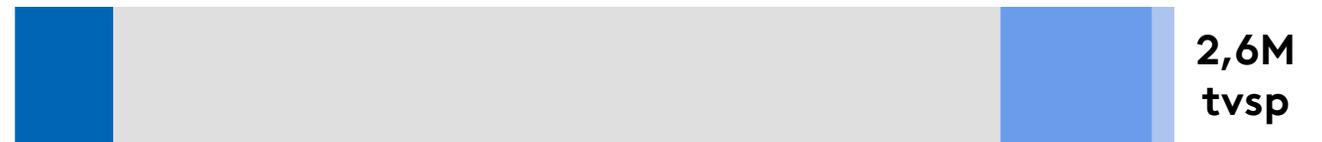
Début 2023, la mini-série grimpe déjà autour des **700 000 tvsp.** en délinéaire, digne des niveaux en fiction (les épisodes 3 & 4 sont visionnés par 500 000 tvsp. en preview 1 semaine)

25%



Aux confins du documentaire et de la fiction, *Insoupçonnable* convainc un quart de son audience en délinéaire, soit **500 000 tvsp.**

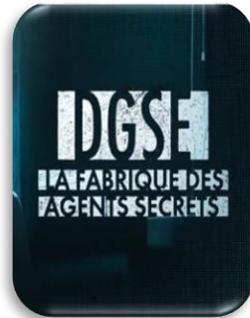
27%



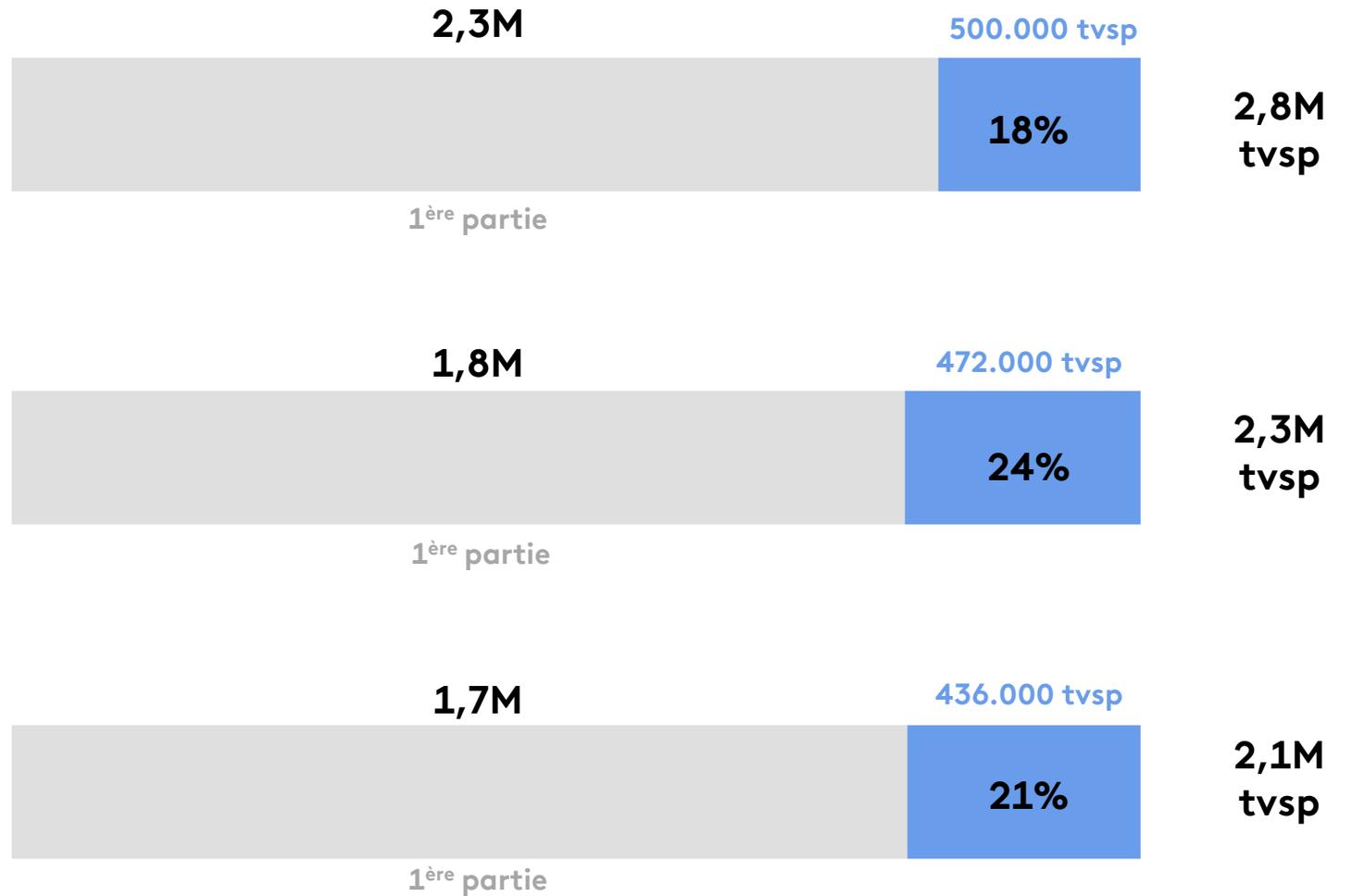
560 000 tvsp. en délinéaire pour *Notre Histoire de France*, renouvelé pour une 2^{ème} saison

23%

Un usage qui s'illustre également dans l'ensemble de l'offre documentaire



Live + J à J+28





Et une audience en rattrapage qui rajeunit le public

Age moyen en 2024 des téléspectateurs des documentaires en Prime selon le mode d'audience : le live ou le différé à J+28



Lancement de la chaîne fast « docs » en avril

Un bilan global discret malgré un regain d'audience sur la fin d'année



La chaîne connaît un rebond en décembre et cumule 289 000 vues soit son record d'audience hors JOP, boosté par les nouveaux numéros de *Secrets d'Histoire*, programme qui cumule 124 000 vues au global vs. 88 000 en novembre 2024.



2,4M de vidéos vues en 2024

(soit 9 800 vues par jour en moyenne)

13 min de visionnage en moyenne par session

Top programmes (cumul)

Echappées belles : 126 000 vues

Secret d'Histoire : 124 000 vues

Au bout de l'Enquête: 123 000 vues

- Lancée fin avril, la chaîne fast « docs » réalise des performances mensuelles inégales depuis sa mise à disposition et génère 2,4M de vues au global sur l'année
- La chaîne documentaires profite également des JOP cet été avec 433 000 vues en août.
- La chaîne docs progresse également sur le nombre de vues quotidiennes qui atteint 9 800 vues en décembre vs. 7 000 vues en septembre.



EVOLUTION EN VIDÉOS VUES MENSUELLES

Sur les réseaux sociaux, le documentaire, un genre percutant qui fait réagir et qui crée de la conversation

Qu'est-ce qu'on a retenu en 2024 : :

- **Les sujets féministes impactent fortement.**

Ex. : le témoignage du *Dictionnaire amoureux du journalisme* sur l'algorithme Tinder reproduisant le patriarcat et le décryptage de la réaction d'Adèle Haenel au César de Polanski dans *Les scandaleuses* par Guilla Fois.

- **Les formats longs et les shorts également sur des sujets historiques et sociétaux :**

Ex. : Le documentaire complet *Inceste, le dire est l'entendre* cumule 290 000 vues et *Féminicides* dépasse les 200 000 vues. Les formats longs sur des sujets sociétaux :

En shorts, les extraits de documentaires historiques notamment sur les deux guerres mondiales ressortent.

- **Les vidéos pédagogiques performant bien sur TikTok**

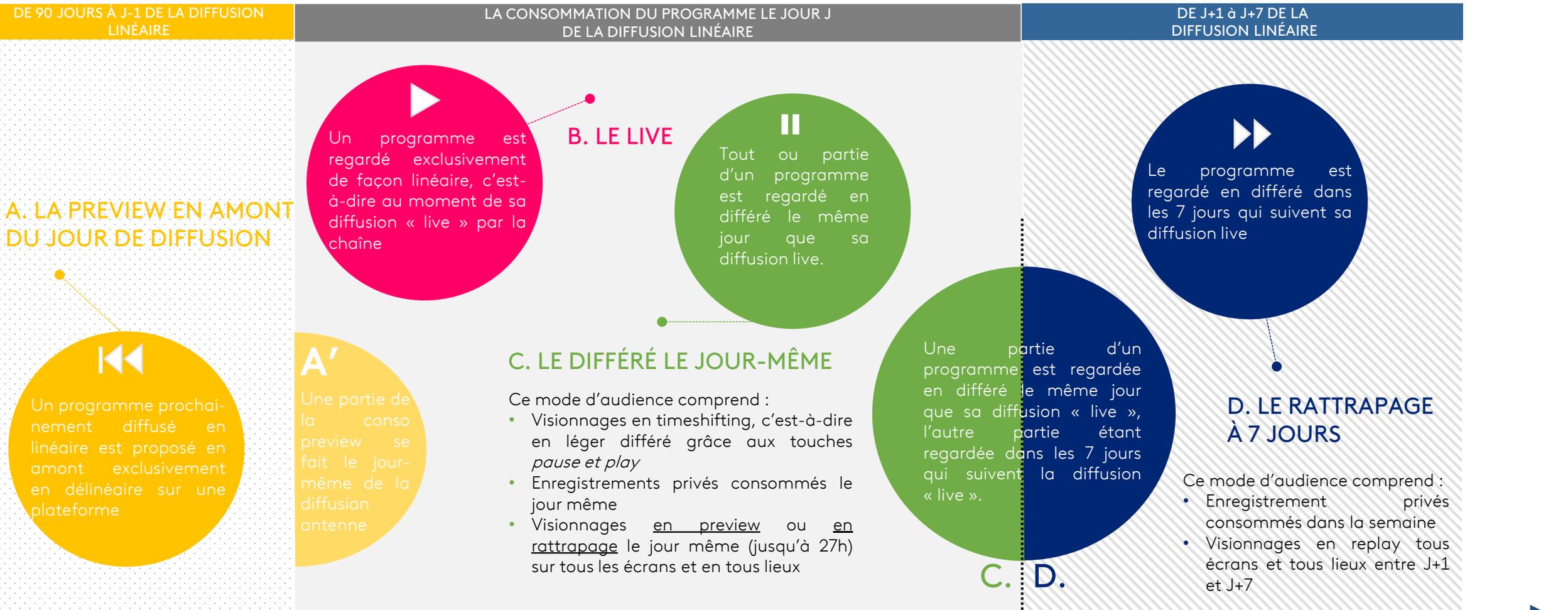


en vidéos vues

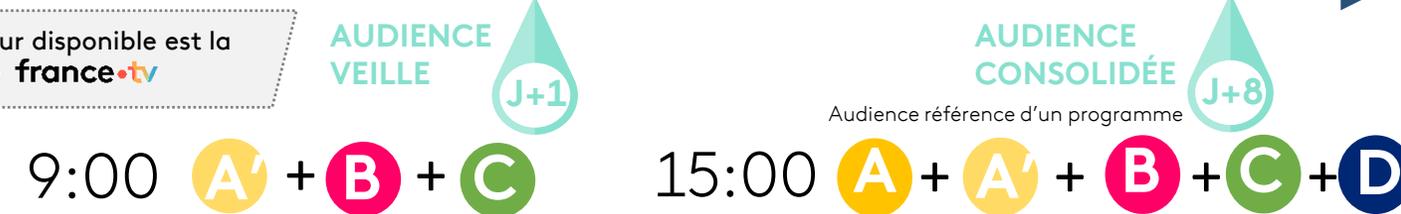
france•tv

Annexes





Durant toute la phase en amont du J+1 de la diffusion d'un programme, le seul indicateur disponible est la consommation en millions de vidéos vues (tous écrans et tous lieux) sur notre plateforme **france•tv**



LE NON-LINÉAIRE REPRÉSENTE EN MOYENNE 10% DE L'AUDIENCE GLOBALE DES DOCUMENTAIRES DE PRIME DU GROUPE

Le rattrapage à J+8 des docs de France 2 recule à +180 000 tvsp (vs. +260 000 pour le record de la saison passée) et retrouve ainsi son niveau de 2021-2022. Le gain à J+8 des docs de France 3 est bien orienté avec +120 000 tvsp en moyenne (+80 000 sur 2022-2023 et +120 000 il y a 2 ans), tandis qu'il est stable sur France 5 (+40 000 tvsp en moyenne). La consommation non-linéaire des docs en amont de leur diffusion linéaire et au-delà de J+8 demeurent encore confidentielle à date (3 à 4% de leur audience au global).

2 MOYENNE DOCS DU RATTRAPAGE A J+8 **+180 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DU RATTRAPAGE A J+8 **9%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|----------|
| 1 | RDVTI AVEC SLIMANE CHEZ LES BIJAGOS | +490 000 |
| 2 | MH370 LA VERITE DISPARUE - 2/6 (+3) | +350 000 |
| 3 | APOCALYPSE, LES DEBARQUEMENTS 1/2 (+1) | +310 000 |
| 4 | NOUS LES OUVRIERS | +230 000 |
| 5 | DGSE LA FABRIQUE DES AGENTS SECRETS | +210 000 |

3 MOYENNE DOCS DU RATTRAPAGE A J+8 **+120 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DU RATTRAPAGE A J+8 **8%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|----------|
| 1 | ALSACE DANS LA TOURMENTE DE L'HISTOIRE | +270 000 |
| 2 | SARDOU AUTO PORTRAIT | +210 000 |
| 3 | CELINE DION LA BA ORIGINALE DE SA VIE | +180 000 |
| 4 | INDOCHINE UNE REVOLUTION MUSICALE | +160 000 |
| 5 | FLORENT RACONTE PAGNY | +160 000 |

5 MOYENNE DOCS DU RATTRAPAGE A J+8 **+40 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DU RATTRAPAGE A J+8 **6%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|----------|
| 1 | JE NE SUIS PAS CHINETOQUE, HISTOIRE... | +180 000 |
| 2 | CARNAC SUR LES TRACES DU... | +170 000 |
| 3 | LE TEMPLE EGYPTIEN DE DENDERAH | +130 000 |
| 4 | PARIS LE MYSTERE DU PALAIS DISPARU | +130 000 |
| 5 | UNE SI BELLE EPOQUE, LA FRANCE DE... | +130 000 |

2 MOYENNE DOCS DU RATTRAPAGE DE J+8 A J+28 **+50 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DU RATTRAPAGE DE J+8 A J+28 **2%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|----------|
| 1 | RDVTI AVEC SLIMANE CHEZ LES BIJAGOS | +170 000 |
| 2 | DGSE LA FABRIQUE DES AGENTS SECRETS | +110 000 |
| 3 | APOCALYPSE, LES DEBARQUEMENTS 2/2 (+1) | +70 000 |
| 4 | L'AFFAIRE JEANNE D'ARC | +70 000 |
| 5 | PLANETE TERRE LE PRIX DE LA SURVIE | +70 000 |

3 MOYENNE DOCS DU RATTRAPAGE DE J+8 A J+28 **+25 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DU RATTRAPAGE DE J+8 A J+28 **2%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|---------|
| 1 | ALSACE DANS LA TOURMENTE DE L'HISTOIRE | +60 000 |
| 2 | FONTAINEBLEAU LA VRAIE DEMEURE DES... | +60 000 |
| 3 | NOS TERRES INCONNUES - S. OUAZANI | +50 000 |
| 4 | INDOCHINE UNE GUERRE OUBLIEE | +50 000 |
| 5 | BRASSENS PAR BRASSENS | +45 000 |

5 MOYENNE DOCS DU RATTRAPAGE DE J+8 A J+28 **+20 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DU RATTRAPAGE DE J+8 A J+28 **3%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|---------|
| 1 | BERNARD TAPIE LE SPECTACLE PERMANENT | +80 000 |
| 2 | LA GUERRE DES TRONES - 3 FEMMES... | +70 000 |
| 3 | NAVALNY | +70 000 |
| 4 | FRANCE NID D'ESPIONS | +70 000 |
| 5 | LA GUERRE DES TRONES - T. DE MERICOURT | +70 000 |

2 MOYENNE DOCS DE LA PREVIEW **+20 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DE LA PREVIEW **1%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--|---------|
| 1 | APOCALYPSE, LES DEBARQUEMENTS 1/2 (+1) | +70 000 |
| 2 | PLANETE TERRE, LE TRIOMPHE DE LA VIE | +50 000 |
| 3 | NOUS LES OUVRIERS | +40 000 |
| 4 | DGSE LA FABRIQUE DES AGENTS SECRETS | +30 000 |
| 5 | MH370 LA VERITE DISPARUE 1/6 | +30 000 |

3 MOYENNE DOCS DE LA PREVIEW **+20 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DE LA PREVIEW **1%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|-----------------------------------|---------|
| 1 | NOS TERRES INCONNUES - S. OUAZANI | +60 000 |
| 2 | FLORENT RACONTE PAGNY | +50 000 |
| 3 | LE MUR DE L'ATLANTIQUE, UNE... | +40 000 |
| 4 | INFIRMIERES NOTRE HISTOIRE | +35 000 |
| 5 | INDOCHINE UNE REVOLUTION MUSICALE | +35 000 |

5 MOYENNE DOCS DE LA PREVIEW **+6 000 tvsp.** POIDS MOYEN* DE LA PREVIEW **1%**

| Rang | Titre | Poids |
|------|--------------------------------------|---------|
| 1 | L'ABOMINABLE MYSTERE DES FLEURS | +40 000 |
| 2 | W. CHURCHILL UN GEANT DANS LE SIECLE | +35 000 |
| 3 | LA BICYCLETTE FAIT SA VELOURUTION | +30 000 |
| 4 | GASPILLAGE ALIMENTAIRE N'EN JETEZ... | +30 000 |
| 5 | NAVALNY | +25 000 |

*Poids moyen dans l'audience globale à J+28 (preview incluse)

Horizon 2024-2025

RESONANCE

priorité stratégique n°1 pour

- Créer davantage *d'échange et de conversation* avec les publics en suscitant des émotions et des réactions
- Renforcer *l'utilité de nos offres* : rendre le meilleur service possible aux publics
- Favoriser *l'attribution* de nos programmes à france.tv
- Gagner en *impact* auprès des Français : laisser une trace en créant du commun



Changer l'image de France Télévisions pour la moderniser et la « désinstitutionnaliser »

UNIVERSALITE

Représenter tous les français,
élargir les publics sans renoncer à
la puissance

EMERGENCE

Être un point de repère identifié, le
lieu des grands événements

ATTACHEMENT

Se distinguer et surprendre, être
un acteur du monde d'aujourd'hui
et de demain et favoriser la
conversation

Prise en compte des enjeux
écologiques dans l'ensemble
de l'offre

Restaurer la confiance dans la
démocratie

Favoriser l'inclusion et la
représentation de la diversité